

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
FESTIVAL REOG NASIONAL XX TAHUN 2013
KABUPATEN PONOROGO – JAWA TIMUR**

Tugas Akhir Karya Seni

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta Sebagai Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



**Disusun oleh:
Bayu Wiyanta Nur Pratama
NIM. 09206241002**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
OKTOBER 2013**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “*Perancangan Media Promosi Festival Reog Nasional XX Tahun 2013 Kabupaten Ponorogo –Jawa Timur*” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 12 September 2013

Pembimbing





Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn.

NIP. 196603201994121001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “*Perancangan Media Promosi Festival Reog Nasional XX Tahun 2013 Kabupaten Ponorogo –Jawa Timur*” ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 10 Oktober 2013 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Drs. Mardiyatmo, M.Pd.	Ketua Penguji		10 Oktober 2013
Arsianti Latifah, S.pd, M.Sn.	Sekretaris Penguji		10 Oktober 2013
Zulfi Hendri S.Pd, M.Sn.	Penguji Utama		10 Oktober 2013
Drs. R. Kuncoro W. D, M.Sn	Penguji Pendamping		10 Oktober 2013

Yogyakarta, Oktober 2013

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.

NIP 19530505 198011 1001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Bayu Wiyanta Nur Pratama**

NIM : 09206241002

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

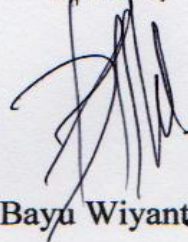
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri
Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2013

Penulis,



Bayu Wiyanta N. P

MOTTO

- Kegagalan adalah cara Tuhan mengajarkan kita tentang pantang menyerah, kesabaran, kerja keras dan percaya diri.
- Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.
(Aristoteles)

PERSEMBAHAN

- Almarhum Bapak dan Ibu tercinta
- Orang-orang yang sudah mengenalku dan orang-orang yang baru akan mengenalku.
- Orang-orang yang selalu berkarya dan berani mengamalkan karyanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Universitas Negeri Yogyakarta. Penyusunan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat diselesaikan atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Zamzani, M.Pd. Dekan Fakultas Bahasa dan Seni.
3. Bapak Drs. Mardiyatmo, M.Pd. Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa.
4. Bapak Susapto Murdowo M.Sn. Selaku Penasehat Akademik.
5. Bapak Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn. Selaku dosen pembimbing.
6. Kedua orang tua, alm. bapak dan ibu yang telah memberikan dukungan, baik dukungan moril maupun dukungan materiel.
7. Semua teman seperjuangan Prodi. Pendidikan Seni Rupa angkatan 2009 dan semua pihak yang membantu dan telah memberikan dorongan semangat untuk penyusunan Tugas Akhir Karya Seni ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga penulisan laporan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan terutama sebagai bekal pengalaman bagi penulis.

Yogyakarta, 10 Oktober 2013
Penulis,

Bayu Wiyanta N. P

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	2
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Perancangan	3
F. Manfaat Perancangan	3
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	
1. Perancangan	4
2. Prinsip-prinsip Perancangan.....	4
3. Unsur-unsur Perancangan	7
4. Desain Komunikasi Visual.....	16
5. Media Promosi	17
6. Festival Reog Nasional Kota Ponorogo	19

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Perencanaan Media

1. Tujuan Media 31
2. Strategi Media 31
3. Sasaran Media 34
4. Program Media 35

B. Perencanaan Kreatif

1. Tujuan Kreatif 37
2. Strategi Kreatif 37
3. Konsep Kreatif 37

C. Standar Visual

1. Ilustrasi 38
2. Tipografi 38
3. Warna 39
4. *Layout* 42

D. Tahap Perancangan

1. Pengumpulan Data 43
2. Langkah Perancangan 45
3. Alat atau Instrumen 45
4. Analisis Data 46
5. Skema Perancangan 47
6. Metode Visualisasi Desain 48

BAB IV KONSEP DAN VISUALISASI KARYA

A. Perencanaan Logo

1. Konsep Logo 49
2. Font Pada Logo 50
3. Warna Logo 50
4. Ukuran Logo 52

B. Perancangan Media Promosi

1. Media Utama (Poster) 57
2. Media Pendukung 63

a. <i>Billboard</i>	63
b. Spanduk.....	68
c. Baliho	73
d. Umbul-umbul	79
e. <i>X-Banner</i>	85
f. Iklan Surat Kabar	91
3. Souvenir	
a. Kaos	96
b. Pin	99
c. Kalender	102
d. <i>Mug</i>	105
e. Stiker	107
f. <i>Cover VCD</i>	110
g. Gantungan Kunci	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Lingkar warna.....	12
Gambar 2 : Kesenian Reog.....	22
Gambar 3 : Jathilan.....	25
Gambar 4 : Warok.....	26
Gambar 5 : Barongan.....	27
Gambar 6 : Klana Sewandana	28
Gambar 7 : Ganongan.....	29
Gambar 8 : Tabel program media.....	36
Gambar 9 : Tabel estimasi biaya desain media utama	36
Gambar 10 : Tabel estimasi biaya desain media pendukung	37
Gambar 11 : Skema perancangan	47
Gambar 12 : Desain logo	49
Gambar 13 : Logo dengan <i>grid</i>	52
Gambar 14 : Ukuran logo 7cm	53
Gambar 15 : Ukuran logo 5cm	53
Gambar 16 : Ukuran logo 3cm	53
Gambar 17 : <i>Rough layout</i> logo1.....	54
Gambar 18 : <i>Rough layout</i> logo 2	54
Gambar 19 : <i>Rough Layout</i> terpilih desain Logo	55
Gambar 20 : Visualisasi <i>layout</i> desain logo	55
Gambar 21 : <i>Comprehensive layout</i> Logo <i>background</i> terang atau putih.	56
Gambar 22 : <i>Comprehensive layout</i> Logo <i>background</i> gelap atau hitam.	56
Gambar 23 : <i>Idea Layout</i> Poster.....	60
Gambar 24 : <i>Rough layout</i> Poster 1 dan 2.....	60
Gambar 25 : <i>Rough layout</i> Terpilih Desain Poster.....	61
Gambar 26 : Visualisasi <i>layout</i> desain Poster	61

Gambar 27	: <i>Comprehensive layout</i> Poster	62
Gambar 28	: <i>Idea Layout</i> Billboard.....	65
Gambar 29	: <i>Rough layout</i> desain Billboard 1	65
Gambar 30	: <i>Rough layout</i> desain Billboard 2	65
Gambar 31	: <i>Rough Layout</i> terpilih desain Billboard	66
Gambar 32	: Visualisasi <i>layout</i> desain Billboard	66
Gambar 33	: <i>Comprehensive layout</i> desain Billboard.....	67
Gambar 34	: Visualisasi final desain Billboard	67
Gambar 35	: <i>Idea Layout</i> Spanduk.....	70
Gambar 36	: <i>Rough Layout</i> desain Spanduk 1	70
Gambar 37	: <i>Rough Layout</i> desain Spanduk 2	70
Gambar 38	: <i>Rough Layout</i> terpilih desain Spanduk.....	70
Gambar 39	: Visualisasi <i>layout</i> desain Spanduk	71
Gambar 40	: <i>Comprehensive layout</i> Spanduk	71
Gambar 41	: Visualisasi final desain Spanduk	72
Gambar 42	: <i>Idea Layout</i> Baliho	75
Gambar 43	: <i>Rough Layout</i> desain Baliho 1.....	75
Gambar 44	: <i>Rough Layout</i> desain Baliho 2.....	75
Gambar 45	: <i>Rough Layout</i> terpilih desain Baliho	76
Gambar 46	: Visualisasi <i>layout</i> desain Baleho	76
Gambar 47	: <i>Comprehensive layout</i> desain Baliho	77
Gambar 48	: Visualisasi final desain Baliho	78
Gambar 49	: <i>Idea Layout</i> Umbul-Umbul	81
Gambar 50	: <i>Rough Layout</i> desain Umbul-Umbul.....	82
Gambar 51	: <i>Rough Layout</i> terpilih dan visualisasi <i>layout</i> desain Umbul-Umbul.....	82
Gambar 52	: <i>Comprehensive layout</i> desain Umbul-Umbul	83
Gambar 53	: Visualisasi final desain Umbul-Umbul	84
Gambar 54	: <i>Idea Layout</i> X Banner.....	87
Gambar 55	: <i>Rough Layout</i> desain X Banner	87
Gambar 56	: <i>Rough Layout</i> terpilih desain X Banner.....	88

Gambar 57	: Visualisasi <i>layout</i> desain <i>X-Banner</i>	88
Gambar 58	: <i>Comprehensive layout</i> desain <i>X Banner</i>	89
Gambar 59	: Visualisasi final desain <i>X Banner</i>	90
Gambar 60	: <i>Idea Layout</i> Iklan Surat Kabar	93
Gambar 61	: <i>Rough Layout</i> desain Iklan Surat Kabar 1	93
Gambar 62	: <i>Rough Layout</i> desain Iklan Surat Kabar 2	93
Gambar 63	: <i>Rough Layout</i> terpilih desain Iklan Surat Kabar	94
Gambar 64	: Visualisasi <i>layout</i> desain Iklan Surat Kabar	94
Gambar 65	: <i>Comprehensive layout</i> desain Iklan Surat Kabar.....	95
Gambar 66	: Visualisasi final desain Iklan Surat Kabar.....	95
Gambar 67	: Visualisasi <i>layout</i> desain <i>T-Shirt</i>	98
Gambar 68	: Visualisasi desain final <i>T-Shirt</i> tampak depan dan belakang	98
Gambar 69	: Visualisasi <i>layout</i> desain Pin	101
Gambar 70	: Visualisasi desain final Pin warna hitam dan putih.	101
Gambar 71	: Visualisasi <i>layout</i> desain Kalender.....	104
Gambar 72	: Visualisasi desain final Kalender	104
Gambar 73	: Visualisasi <i>layout</i> desain Mug	106
Gambar 74	: Visualisasi desain final <i>Mug</i>	106
Gambar 75	: Visualisasi <i>layout</i> desain Stiker	108
Gambar 76	: Visualisasi desain final Stiker	109
Gambar 77	: Visualisasi <i>front cover layout</i> desain Cover VCD ..	112
Gambar 78	: Visualisasi <i>back cover layout</i> desain Cover VCD...	112
Gambar 79	: Visualisasi Desain <i>front cover</i> VCD	113
Gambar 80	: Visualisasi Desain <i>back cover</i> VCD.....	113
Gambar 81	: Visualisasi desain Gantungan Kunci	115

DAFTAR TABEL

1. Tabel program media
2. Tabel estimasi biaya

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Observasi
2. Wawancara observasi
3. Foto pameran
4. Name Teks Karya
5. Katalog
6. X Banner Pameran
7. Buku Tamu

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
FESTIVAL REOG NASIONAL XX TAHUN 2013
KABUPATEN PONOROGO – JAWA TIMUR**

**Oleh : Bayu Wiyanta Nur Pratama
NIM : 09206241002**

ABSTRAK

Perancangan media promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 bertujuan untuk: 1. Merancang sebuah media promosi yang dapat menarik pengunjung dalam *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 khususnya kaum muda, 2. Mengetahui media-media promosi apa saja yang sesuai dan cocok untuk kegiatan promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013. Manfaat dari perancangan media promosi ini adalah meningkatkan antusiasme masyarakat, khususnya kaum muda dalam menonton Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

Proses perancangan media promosi ini adalah melalui tahapan-tahapan, yaitu pengumpulan data, analisis data dengan SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*), sintesis dan kesimpulan merupakan *final design*. Konsep karya menggunakan ilustrasi fotografi yang dikomposisikan dengan tipografi dan warna-warna yang cerah, sehingga menimbulkan efek visual yang menarik, dengan dasar perancangan yang digunakan adalah kesederhanaan/*simplicity*. Huruf yang digunakan dalam desain ini hanya menggunakan dua jenis huruf yaitu *Gisele script* dan *Impact* yang memiliki sifat keterbacaan sangat mudah. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah menggunakan perangkat komputer, dan manual. Metode visualisasi desain mengacu pada kreatifitas dan inovasi melalui tahapan proses membuat *layout* gagasan, *layout* kasar, *layout* lengkap dan akhirnya menjadi *final design*.

Hasil dari perancangan media promosi ini adalah berupa media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah Poster. Sedangkan media pendukung antara lain *Billboard*, Spanduk, Baliho, Umbul-Umbul, Iklan Surat Kabar, *X Banner*, dan souvenir (Pin, *Mug*, *T-shirt*, *Cover VCD*, Gantungan kunci dan Kalender).

Kata kunci: *perancangan, media, promosi, desain komunikasi visual, reog, festival.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seni Reog telah menjadi *trade mark* kota Ponorogo, kesenian tradisional ini sejak kelahirannya sampai sekarang telah diklaim masyarakat sebagai budaya asli Ponorogo. Kesenian Reog merupakan seni budaya masyarakat Ponorogo yang bersumber dari cerita legenda, yang mana legenda tersebut telah diakui sebagai cerita rakyat yang dilestarikan sebagai warisan leluhur di bumi Reog.

Sebagai apresiasi berkembangnya kesenian Reog, pemerintah kota Ponorogo sebagai kota asal kesenian ini, memfasilitasi keberadaan kelompok seni Reog, baik dari Ponorogo maupun luar Ponorogo dalam sebuah *event* festival Reog nasional tahunan yang dilaksanakan bersamaan dengan Grebeg Suro kabupaten Ponorogo, untuk menambah semarak dalam menjaga kelestarian budaya juga momentum kebangkitan seni budaya sebagai ajang promosi kepada wisatawan. Penyelenggaraan festival Reog tersebut rutin diadakan menjelang tanggal 10 Muharam sebagai peringatan malam tahun baru Hijriah yang dikenal dengan perayaan Grebeg Suro Ponorogo bertempat di alun-alun kota Ponorogo dengan peserta dari berbagai wilayah di Indonesia juga mancanegara. Festival Reog Nasional pertama kali diselenggarakan pada tahun 1994, dan sampai tahun ini festival Reog nasional ini terus diselenggarakan.

Antusiasme masyarakat khususnya para kaum muda dalam menonton festival Reog nasional dari tahun ke tahun mulai menurun, itu dikarenakan beberapa hal, mulai dari masuknya budaya-budaya modern yang terus mengikis

minat terhadap budaya-budaya tradisional, selain itu juga karena minimnya media promosi dalam acara ini juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya antusiasme masyarakat.

Oleh karena itu, dengan perancangan media promosi yang baik dan tepat, diharapkan antusiasme penonton dalam menyaksikan *event* ini akan semakin meningkat.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya antusiasme masyarakat khususnya kaum muda dalam menyaksikan Festival Reog Nasional di kota Ponorogo.
2. Kurangnya media promosi dalam mengenalkan *event* Festival Reog Nasional di kota Ponorogo.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka batasan yang diberlakukan dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang sebuah media promosi yang mampu menaikkan antusiasme masyarakat khususnya kaum muda dalam menyaksikan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep desain media promosi yang dapat menarik pengunjung khususnya kaum muda dalam menyaksikan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 ?
2. Media-media promosi apa saja yang sesuai dan cocok untuk kegiatan promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 ?

E. Tujuan Perancangan

1. Merancang sebuah media promosi yang dapat menarik pengunjung dalam *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 khususnya kaum muda.
2. Mengetahui media-media promosi apa saja yang sesuai dan cocok untuk kegiatan promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

F. Manfaat Perancangan

1. Perancangan media promosi yang baik diharapkan mampu meningkatkan antusiasme masyarakat, khususnya kaum muda dalam menonton Festival Reog Nasional XX tahun 2013.
2. Bagi penulis, bermanfaat sebagai sarana pembelajaran dalam proses berkesenian dan sebagai sarana pengkomunikasian ide-ide yang penulis miliki.
3. Bagi pembaca, besar harapan penulis agar tulisan ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran, referensi dan sumber pengetahuan dunia seni (rupa).
4. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta adalah sebagai tambahan referensi dan sumber kajian terutama untuk mahasiswa jurusan pendidikan seni rupa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perancangan

1. Pengetian Perancangan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, perancangan artinya proses, cara atau perbuatan merancang, sedangkan merancang artinya mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, mengerjakan atau melakukan sesuatu.

Perancangan sebuah desain mengacu pada prinsip-prinsip dasar desain yang membentuknya. Prinsip-prinsip ini harus diketahui ketika menghasilkan sebuah desain, terutama pada desain komunikasi visual.

2. Prinsip – Prinsip Perancangan

Prinsip desain atau perancangan berlaku untuk segala macam karya desain, yang apabila dibarengi dengan kreatifitas diharapkan dapat menghasilkan karya-karya yang baik.

Prinsip-prinsip desain tersebut adalah:

a. Keseimbangan atau *Balance*

Keseimbangan atau balans dari kata *balance* (Inggris) adalah merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa. Karya seni atau desain harus memiliki keseimbangan, agar enak dilihat, tenang, tidak berat sebelah, tidak menggelisahkan. Sebuah karya dikatakan seimbang manakala disemua bagian pada karya bebannya sama, sehingga pada gilirannya akan membawa rasa tenang dan enak dilihat. (Sanyoto, 2005:187)

Beberapa jenis keseimbangan menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto :

- 1) Keseimbangan Simetris (*Symmetrical balance*), yaitu keseimbangan antara ruang sebelah kiri dan kanan sama persis atau setangkup.
- 2) Keseimbangan Memancar (*Radial balance*), yaitu keseimbangan ruang kiri, kanan, atas, bawah, sama persis.
- 3) Keseimbangan Sederajat (*Obvious balance*), keseimbangan antara ruang sebelah kiri dan ruang sebelah kanan memiliki beban besaran sederajat (besaran sama tapi bentuk rautnya berbeda).
- 4) Keseimbangan tersembunyi (*Axial balance*) yang sering disebut juga asimetri (*asymmetrical balance*), yaitu keseimbangan ruang kiri dan kanan tidak memiliki beban sama besaran maupun bentuk rautnya tetapi tetap dalam keadaan seimbang.

b. Kesatuan atau *Unity*

Kesatuan (*unity*) merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa. Karya seni atau desain harus menyatu, nampak seperti menjadi satu (*kempel, gumolong, golongan gilig,jw.*), satu sama lain unsur yang disusun tidak dapat dipisah-pisah , semua menjadi satu unit (*unity*). (Sanyoto, 2005:165)

c. Keserasian atau *Harmony*

Keserasian adalah suatu usaha untuk menyusun berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen-elemen lain dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat dipandang. (Pujiriyanto, 2005 : 94)

d. Proporsi

Proporsi merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa untuk memperoleh keserasian. Karya seni atau desain harus serasi agar enak dinikmati. Tujuan mempelajari proporsi adalah untuk melatih ketajaman rasa, agar selanjutnya "*feeling*"nya seseorang secara cepat dapat mengatakan apakah obyek atau benda yang dihadapi tersebut serasi atau tidak. (Sanyoto, 2005:195)

Teori proporsi yang sering dipakai adalah teori *Golden Section* dimana seringkali keseimbangan menjadi menjemukan, atau kesulitan untuk mencapai keseimbangan seringkali sangat mengganggu, hal tersebut menjadi dasar *Golden Section*. Proporsi dicapai menggunakan garis. Garis dapat ekstrim ataupun tidak (dapat diterima rasio) tergantung pada posisinya dalam objek.

e. Irama atau *Rhythm*

Irama atau *ritme* adalah gerak pengulangan atau gerak mengalir yang ajeg, teratur, terus menerus. Dapat dikatakan irama adalah suatu keteraturan dan sekaligus kerapian, sehingga lebih luas lagi adalah bahwa seni itu harus teratur dan rapi. Seni yang awut-awutan tidak teratur barangkali hanya nyeni saja. (Sanyoto, 2005:121)

f. Kesederhanaan atau *Simplicity*

Kesederhanaan (*simplicity*), barangkali menjadi tuntutan pada semua seni maupun desain. Kesederhanaan artinya tidak lebih dan tidak kurang, jika ditambah terasa menjadi ruwet dan jika dikurangi terasa ada yang hilang.

Sederhana bukan berarti harus sedikit, tetapi yang tepat adalah “pas”, artinya tidak lebih dan tidak kurang. (Sanyoto, 2005:209)

g. Kejelasan atau *Clarity*

Jelas artinya mudah dipahami, mudah dimengerti, tidak memiliki dua atau banyak arti. Prinsip kejelasan atau *clarity* sesungguhnya lebih tepat untuk tujuan desain, karena desain adalah seni terap yang ditujukan untuk kepentingan orang lain, dimana desain harus dapat dimengerti orang lain. (Sanyoto, 2005:209)

h. Dominasi atau *Domination*

Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada pada karya seni atau desain, agar diperoleh karya seni atau desain yang artistik atau memiliki nilai seni.

Dominasi digunakan sebagai daya tarik. Karena unggul, istimewa, unik, ganjil, maka akan menjadi menarik atau menjadi pusat perhatian. Jadi dominasi bertugas sebagai pusat perhatian. (Sanyoto, 2005:117)

3. Unsur-unsur perancangan

Merancang sebuah desain tentu tidak hanya sekedar menggabungkan antara gambar dan tulisan atau teks, namun kita juga perlu mengetahui unsur-unsur yang ada dalam sebuah desain.

Unsur-unsur itu antara lain :

a. Teks / *Copywriting*

Copywriting adalah benda abstrak berstruktur kata-kata yang membangunkan emosi dan membentuk imajinasi sehingga mempengaruhi

pembaca maupun pendengarnya untuk berbuat seperti yang diharapkan si pembuat teks. Kekuatan narasi, teks, atau diksi (pilihan kata) dari sebuah iklan membuat banyak orang terpengaruh untuk berbuat seperti yang dikehendaki pesan iklan tersebut. Selain pada isinya sebuah *copywriting* terletak pada penampilannya, bagaimana ukuran serta cara mendesain tulisan dan judul, agar dapat menunjukkan kepada pembaca mana pesan yang paling penting dan mana yang harus dibaca terlebih dahulu.

Copywriting dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu :

1) *Headline*

Headline yang juga sering disebut sebagai judul atau kepala tulisan iklan, merupakan bagian terpenting dalam iklan media cetak. Meskipun letaknya tidak selalu pada awal tulisan, sebuah *headline* harus mampu menarik perhatian pembacanya sedemikian rupa agar terus mau membaca serta membangkitkan keingintahuan pemirsa terhadap produk atau jasa yang dikomunikasikan. Jika ternyata penggunaan kalimat dalam *headline* diikuti dengan kalimat *subheadline*.

2) **Sub Judul (*Sub Headline*)**

Sub Headline adalah lanjutan keterangan dari judul yang menjelaskan makna atau arti dari pada judul dan umumnya lebih panjang dari judulnya. (Pujiriyanto, 2005 : 39).

Ukuran huruf dalam *sub headline* biasanya lebih kecil dari judulnya, isi *sub headline* biasanya adalah umpan yang menarik untuk memancing pembaca dengan memperluas judul secara menggugah, karena pembaca selalu ingin tahu

tentang tulisan yang dibaca, sehingga mereka mau mengabdikan waktu untuk membaca artikel sampai habis.

3) *Bodycopy*

Bodycopy merupakan kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut (Pujiriyanto, 2005 : 39).

4) Logo atau *Signature*

Logo adalah tanda pengenal yang tetap dari perusahaan atau institusi atau sebuah produk, yang dibuat secara singkat, sederhana dan komunikatif menggunakan huruf dan gambar. (Pujiriyanto, 2005:40).

5) Kata Penutup (*Closing Word*)

Kata penutup adalah kalimat pendek yang jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan. (Pujiriyanto, 2005 : 41)

b. Tipografi

Tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan (sosial atau komersial) yang ingin disampaikan. (Tinarbuko, 2009:25)

Menurut Sumbo Tinarbuko (2009:26), secara garis besar jenis huruf dibagi menjadi 5:

1) Huruf *Romein*

Garis hurufnya memperlihatkan perbedaan antara tebal tipis dan mempunyai kaki atau kait yang lancip pada setiap batang hurufnya.

2) Huruf *Egyptian*

Garis hurufnya memiliki ukuran yang sama tebal pada setiap sisinya. Kaki atau kaitnya berbentuk lurus atau kaku.

3) Huruf *Sans Serif*

Garis hurufnya sama tebal dan tidak mempunyai kaki dan kait.

4) Huruf *Miscellaneous*

Jenis huruf ini lebih mementingkan nilai hiasnya daripada nilai komunikasinya. Bentuknya senantiasa mengedepankan aspek dekoratif dan ornamental.

5) Huruf *Script*

Jenis huruf ini menyerupai tulisan tangan dan bersifat spontan.

c. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. (Kusrianto, 2007:140)

Berdasarkan metode pembuatannya ilustrasi terbagi menjadi :

1) Manual (Gambar Tangan atau *Hand Drawing*)

Ilustrasi manual atau gambar tangan dibuat secara keseluruhan menggunakan tangan, dengan memberikan ekspresi dan karakter tertentu untuk mendukung media komunikasi grafis yang dibuat seperti iklan, poster, baliho, dan sebagainya (Pujiriyanto, 2005 : 42).

2) Fotografi

Ilustrasi berupa foto dihasilkan dengan teknik fotografi menggunakan kamera, baik manual maupun digital. (Pujiriyanto, 2005 : 42)

Teknik fotografi juga dapat memberikan ekspresi gaya tertentu sehingga obyek menjadi realistis, eksklusif, dan persuasif. Teknik fotografi ini juga dapat mengubah suasana lebih anggun dan memesona dengan pengaturan obyek yang tepat serta permainan sinar yang tepat akan menghasilkan sebuah gambar yang bagus.

3) Ilustrasi Gabungan

Ilustrasi gabungan adalah bentuk visual suatu komunikasi dengan struktur rupa yang terwujud dari perpaduan beberapa teknik (Pujiriyanto, 2005 : 42). Misalnya teknik fotografi (bitmap) dengan teknik *vektor* melalui bantuan komputer.

d. Warna

Warna merupakan unsur rupa yang mudah tertangkap mata dan paling mudah menimbulkan kesan pada perasaan. Salah satu cara untuk menunjukkan contoh warna tertentu, dan ciri-ciri sifatnya lazim dipakai dilingkaran warna, yaitu

sederetan warna-warna yang disusun secara melingkar terdiri atas tiga warna pokok (merah, kuning dan biru) yang diletakkan pada titik-titik sudut segitiga samasisi dan diapit oleh warna-warna yang dihasilkan oleh campuran dua warna yang bersebelahan. Warna juga merupakan pesan yang diterima oleh mata melalui cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenalnya. (Hasan Alwi, 2002 : 1269)



Gambar 1 : **Lingkar warna**

(Sumber: <http://daccent.wordpress.com>, diunduh pada 25 Oktober 2013)

Menurut Sanyoto (2005 : 19), bahwa warna dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Warna Primer atau warna pokok.

Disebut warna primer karena warna tersebut tidak dapat dibentuk dari warna lain. Disebut warna pokok karena warna tersebut dapat digunakan sebagai pokok percampuran untuk memperoleh warna - warna lain. (Merah, Kuning dan Biru).

- 2) Warna Sekunder atau warna kedua.

Warna sekunder adalah warna jadian dari campuran dua warna primer atau pokok. (Jingga atau *Orange*, Ungu atau *Violet*, Hijau).

3) Warna Tersier atau warna ketiga.

Warana tersier adalah hasil percampuran dari dua warna sekunder atau warna kedua. (Coklat Kuning, Coklat Merah, Coklat Biru).

Menurut Sanyoto (2005 : 38:41) setiap warna memiliki karakter masing-masing, yaitu:

1) Kuning

Asosiasi pada sinar matahari, bahkan pada matahari itu sendiri, memiliki karakter terang, gembira, ramah, supel, riang, cerah. Kuning symbol dari kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, kemeriahan, kecermelangan. Jika kuning tua atau kehijauan mengasiosasikan sakit, penakut, iri, cemburu, bohong, luka. Jika kuning keemasan melambangkan keagungan, kemewahan, kejayaan, kemegahan, kemuliaan dan kekuatan.

2) *Orange* atau Jingga

Asosiasi pada awan, jingga terlihat pada pagi hari sebelum matahari terbit, menggambarkan gelap malam menuju terbitnya matahari, sehingga melambangkan kemerdekaan, anugrah, kehangatan, antusiasme, persahabatan, kesuksesan, kesehatan pikiran, keadilan, daya tahan, kegembiraan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh, ketertarikan, independens.

3) Merah

Asosiasi pada darah dan juga api, memiliki karakter yang kuat, energik, marah, bahaya, positif, agresif, merangsang, panas, warna ini paling populer pada wanita. Jika merah sebagai api melambangkan keberanian, kekuatan, kemarahan, jika merah sebagai darah berarti peperangan, kekejaman,

sadisme, jika merah berubah jadi muda (rose) memiliki arti kesehatan, kebugaran dan keharuman.

4) Ungu

Ungu adalah warna antara biru dan merah namun cenderung kemerahan, memiliki watak keangkuhan, kebebasan, kekayaan. Ungu merupakan warna yang digemari oleh raja-raja mesir kuno karena lambang kebebasan, kejayaan, keninggratan dan kebangsawanan.

5) Biru

Biru asosiasi pada air, laut, langit memiliki watak dingin, pasif, melankolis, sayu, sendu, sedih, tenang, berkesan jauh, tetapi cerah. Melambangkan langit, surga, kayangan, keyakinan, keteguhan iman, darah biru, kebangsawanan, kesetiaan, kebenaran, kemurahan hati, kecerdasan dan perdamaian.

6) Hijau

Asosiasi hijaunya alam, tumbuh-tumbuhan, sesuatu yang hidup dan berkembang. Memiliki karakter segar, muda, hidup, tumbuhan dan beberapa hampir sama dengan warna biru. Hijau melambangkan kesuburan, kesetiaan, keabadian, kebangkitan, kesegaran, kemudaan, keremajaan, keyakinan, kepercayaan, keimanan, pengharapan dan belum berpengalaman.

7) Hitam

Asosiasi pada kegelapan malam, kesengsaraan, bencana, berkabung, kebodohan, misteri, ketiadaan, keputusan. Melambangkan kesedihan,

malapetaka, kesuraman, kegelapan, kematian, teror, kejahatan, keburukan, ilmu sihir, kesalahan dan kekejaman.

8) Putih

Asosiasi pada salju (di barat), di Indonesia pada sinar putih berkilauan, pada kain kapan, sehingga dapat menakutkan pada anakanak. Melambangkan sinar kesuciaan, kemurniaan, kekanak-kanakan, kejujuran, ketulusan, kedamaian, ketentraman, kebenaran, kesopanan, kehalusan, kelembutan, kewanitaan, keadaan dan tak bersalah.

9) Abu-abu

Abu - abu tidak menunjukkan arti yang jelas tidak terang, kebimbangan, Intelek, Masa Depan (warna Milenium), Kesederhanaan, Kesedihan, berada di tengah-tengah dan cenderung bersifat netral seperti warna hitam dan putih.

10) Coklat

Asosiasi dari tanah, bumi dan kayu symbol dari sifat positif dan stabilitas, memberi perasaan dekat dengan alam seperti warna hijau, kesederhanaan yang abadi, kehangatan. Coklat juga warna yang mencerminkan tradisi dan segala sesuatu yang berbau kebudayaan.

Kemudian ada juga yang disebut dengan dimensi warna, menurut Pujiriyanto (2005 : 45) dimensi warna dibagi menjadi:

a. *Hue*

Hue berkaitan dengan panas-dinginnya warna, termasuk di dalamnya warna primer, sekunder dan tersier.

b. *Value*

Value berkaitan dengan gelap-terangnya warna, menunjukkan kualimug sinar yang direfleksikan oleh sebuah warna atau menunjukkan gelap terangnya warna, dilakukan dengan menambahkan warna putih atau hitam.

c. *Intensity*

Intensity berkaitan dengan cerah suramnya warna, menunjukkan kuat lemahnya warna. Pengurangan *intensity* warna dapat dicapai dengan mencampur atau menambah warna murni dengan warna-warna netral seperti putih, hitam, abu-abu, atau dengan warna komplemen. (Pujiriyanto, 2005 : 45)

4. Desain Komunikasi Visual

Menurut Widagdo (1993:31), desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas, dilandasi pengetahuan, bersifat rasional dan fragmatis.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan typografi, warna, komposisi, dan *lay-out*. (Tinarbuko, 2009:24)

5. Media Promosi

Menurut Pujiriyanto (2005:15), media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar atau foto.

Media mempunyai peran yang sangat penting dan strategis bagi kegiatan periklanan atau promosi, karena lewat medialah suatu pesan dapat diwujudkan dan disampaikan sehingga dapat ditangkap panca indra konsumennya. Demikian pentingnya peran media pada suatu proses komunikasi global dewasa ini, sehingga Marshal Mc. Luhan, seorang pakar komunikasi, menyatakan bahwa *medium is the message*, media adalah pesan itu sendiri.

Media adalah suatu celah (*medium*) yang menghubungkan pelaku dengan masa dan mendatangkan salah satu atau semua hal yang :

- 1) Menghasilkan suatu kontak
- 2) Bisa membawa suatu pesan
- 3) Dapat melibatkan pihak target
- 4) Mengakibatkan suatu dialog (dua arah)

Contoh media berdasarkan klasifikasi penggunaannya (Pujiriyanto, 2005: 16):

- 1) Media Komunikasi Cetak atau Visual : Poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, folder, *leaflet* atau selebaran, amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah, iklan surat kabar.
- 2) Media Luar Ruangan : Spanduk, papan nama, umbul-umbul, *neon box*, *neon sign*, *billboard*, baliho, mobil box.

- 3) Media Elektronik : Radio, televisi, internert, film, program video, animasi komputer.
- 4) Tempat Pajang (*display*) : Etalase (*windows display*), desain gantung, *floor stand*.
- 5) Barang Kenangan : Kaos, topi, payung, gelas, aneka souvenir, sajadah, tas, dsb.

Umumnya, para praktisi periklanan membagi media iklan ke dalam 2 bagian yaitu :

(1) Media lini atas (*above-the-line media*)

Media lini atas adalah jenis-jenis iklan yang disosialisasikan menggunakan media massa komunikasi visual. Misalnya surat kabar, majalah, tabloid, iklan radio, televisi, bioskop, internet, telepon seluler. Pada umumnya, biro iklan yang bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut. (Tinarbuko, 2009:29-30)

(2) Media lini bawah (*below-the-line media*)

Media lini bawah adalah kegiatan periklanan yang disosialisasikan tidak menggunakan media massa cetak dan elektronik. Media yang digunakan berkisar pada *printed ad*: poster, brosur, *leaflet*, *folder*, *flyer*, katalog, dan merchandising: payung, mug, kaos, topi, dompet, pin, tas, kalender, buku agenda, bolpoin, gantungan kunci. (Tinarbuko, 2009: 30)

Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau *brand* atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas, maka dalam memanfaatkan media promosi secara maksimal, dibutuhkan kemampuan menciptakan kreasi baru dan unik agar pesan-pesan dapat melekat

pada konsumen, sehingga tujuan menjangkau lebih banyak konsumen dan memaksimalkan profit perusahaan dapat tercapai.

6. Festival Reog Nasional Kota Ponorogo

a. Festival Reog Nasional

Kata festival berasal dari bahasa Latin, *festivalis*, dari kata dasar *festa*, yang artinya perjamuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata festival adalah hari atau peka gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting dan bersejarah, pesta rakyat, perlombaan.

Festival Reog Nasional pertama kali diselenggarakan pada tahun 1994, diselenggarakannya festival ini selain sebagai produk pariwisata, festival ini juga merupakan bagian dari wadah untuk terus melestarikan seni budaya bangsa.

Rencana awal pelaksanaan Festival Reog Nasional XX tahun 2013 adalah tanggal 29 Oktober sampai 4 November tahun 2013 bertempat di Paseban utama Alun-alun Ponorogo mulai jam 19.00-selesai.

Peserta Festival Reog Nasional XX tahun 2013 adalah sebagai berikut:

- 1) Bantarangin DKI Jakarta
- 2) Dharmo Manggolo PT Indocement Bogor
- 3) Suro Menggolo Kota Tanjung Pinang
- 4) Singo Budoyo Kabupaten Muara Enim
- 5) Singo Watu Ireng PT Bukit Asam Muara Enim
- 6) Purbaya Kota Surabaya
- 7) Singo Manggolo Kota Balikpapan
- 8) Singo Joyo Jati Kota Balikpapan

- 9) Budaya Nusantara Kabupaten Pacitan
- 10) Sirno Budoyo Kabupaten Pacitan
- 11) Singo Budoyo Kabupaten Jember
- 12) PSRM Sardulo Anurogo UNEJ Jember
- 13) Joyo MAnggolo Kabupaten Gunung Kidul
- 14) Puduk Arum PT Semen Gresik
- 15) Barong Samodra PT Petro Kimia Gresik
- 16) Singo Mulang Joyo Kota Metro Lampung
- 17) Karyo Singo Yudho Kabupaten Kutai Kartanegara
- 18) SMKN 2 Kabupaten Wonogiri
- 19) Sardulo Putro Kota Madiun
- 20) Singo Manggolo Mudho Kota Tanjung Pinang
- 21) Jwalita Kridho Manggolo Kab. Trenggalek
- 22) Reog PEMKAB Kab. Kediri
- 23) Pepijar Kabupaten Nganjuk
- 24) Batam Madani Kota Batam
- 25) Singo Manunggal Kabupaten Lumajang
- 26) Reog UNIBRAW Universitas Brawijaya Malang
- 27) Kota Palembang
- 28) EX Pembantu BUPATI Ponorogo
- 29) EX Pembantu BUPATI Jebeng
- 30) EX Pembantu BUPATI Arjowinangun
- 31) EX Pembantu BUPATI Pulung

- 32) EX Pembantu BUPATI Somoroto
- 33) Gajah Manggolo SMAN I Ponorogo
- 34) Kridho Taruno SMAN 2 Ponorogo
- 35) Ki Ageng Punuk SMAN I Badegan
- 36) Kenya Manggala SMKN I Ponorogo
- 37) Niken Gandini SMKN I Jenangan
- 38) Suryo Taruno SMA MUHIPO Ponorogo
- 39) Kridho Tamtomo SMK PGRI 2 Ponorogo
- 40) Simo Budi Utomo UNMUH Ponorogo

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

b. Reog

1) Pengertian Reog

Reog adalah salah satu kesenian budaya yang berasal dari Jawa Timur, dan Ponorogo dianggap sebagai kota asal Reog yang sebenarnya.

Menurut Badudu (1994: 1160), Reog dikenal sebagai salah satu kesenian tradisional masyarakat dan merupakan tarian yang menghibur.

Kata asli sebutan bagi kesenian yang berasal dari kota Ponorogo ini pada awalnya adalah Reyog. Etimologi kata Reyog ini berasal dari sebuah kata dalam bahasa jawa *Riyeg*, *Riyet* juga *Riyel* yang berarti berisik, ribut atau ramai. kata Reyog itu secara etimologis bisa dipertahankan untuk menilik ulang tentang nilai, sejarah dan kebenaran asal muasal kesenian ini. Menurut sejarah kata Reyog mewakili sebuah huruf depan kata-kata dalam tembang macapat Pocung yang berbunyi: *Rasa kidung / Ingwang sukma adiluhung / Yang Widhi / Olah*

kridaning Gusti / Gelar gulung kersaning Kang Maha Kuasa, namun kata REYOG itu diubah menjadi REOG ketika DR. Markum Singo Dimejo menjabat sebagai Bupati Ponorogo periode 1995-2004, yang mencoba menerjemahkan setiap huruf kata REOG menjadi sebuah semboyan atau slogan yang wajib dimiliki bagi setiap kota di Indonesia ketika masa orde baru berkuasa.

Kata REOG ini berarti: R = *Resik* (bersih), E = *Endah* (indah), O = *Omber* (terbuka luas untuk kerjasama yang mengedepankan konsentrasi ke satu tujuan dengan sedikit pamrih) dan G = *Girang-gumirang* (dengan semangat dan antusias yang tinggi dalam mencapai tujuan kemakmuran). Pada akhirnya kata Reog populer hingga saat ini.



Gambar 2: **Kesenian Reog**

(Sumber : <http://indonesia-tourism.com/blog/wp-content/uploads/2012/02/61.jpg>. Di unduh pada 21 juni 2013)

2) Sejarah Kesenian Reog

Menurut legenda Reog atau Barongan bermula dari kisah Demang Ki Ageng Kutu Suryonggalan yang ingin menyindir Raja Majapahit, Prabu Brawijaya V. Sang Prabu pada waktu itu sering tidak memenuhi kewajibannya karena terlalu dipengaruhi dan dikendalikan oleh sang permaisuri. Oleh karena itu dibuatlah barongan yang terbuat dari kulit macan gembong (harimau Jawa)

yang ditunggangi burung Merak. Sang Prabu dilambangkan sebagai harimau sedangkan merak yang menunggangnya melambangkan sang permaisuri, selain itu agar sindirannya tersebut aman, Ki Ageng melindunginya dengan pasukan terlatih yang diperkuat dengan jajaran para Warok yang sakti mandraguna. Di masa kekuasaan Adipati Batorokatong yang memerintah Ponorogo sekitar 500 tahun lalu, Reog mulai berkembang menjadi kesenian rakyat. Pendamping Adipati yang bernama Ki Ageng Mirah menggunakan Reog untuk mengembangkan kekuasaannya.

Reog mengacu pada beberapa babad, salah satunya adalah babad Kelana Sewandana. Babad Klana Sewandana yang konon merupakan pakem asli seni pertunjukan Reog. Mirip kisah Bandung Bondowoso dalam legenda Lara Jongrang, Babad Klana Sewandana juga berkisah tentang cinta seorang raja, Sewandana dari Kerajaan Bantarangin, yang hampir ditolak oleh Dewi Sanggalangit dari Kerajaan Kediri. Sang putri meminta Sewandana untuk memboyong seluruh isi hutan ke istana sebagai mas kawin, demi memenuhi permintaan sang putri, Sewandana harus mengalahkan penunggu hutan, Singa Barong (Dadak Merak), tentu hal tersebut tidak mudah. Para warok, prajurit, dan patih dari Jenggala pun menjadi korban. Bersenjatakan cemeti pusaka Samandiman, Sewandana turun sendiri ke gelanggang dan mengalahkan Singobarong. Pertunjukan Reog digambarkan dengan tarian para prajurit yang tidak cuma didominasi para pria tetapi juga wanita, gerak *bringasan* para warok, serta gagah dan gebyar kostum Sewandana, sang raja pencari cinta.

Versi lain dalam Reog Ponorogo mengambil kisah Panji. Ceritanya berkisar tentang perjalanan Prabu Kelana Sewandana mencari gadis pujaannya, ditemani prajurit berkuda dan patihnya yang setia, Bujangganong. Ketika pilihan sang prabu jatuh pada putri Kediri, Dewi Sanggalangit, sang dewi memberi syarat bahwa ia akan menerima cintanya apabila sang prabu bersedia menciptakan sebuah kesenian baru. Sang raja Prabu Kelana Sewandana pun akhirnya datang ke kerajaan Kediri dengan membawa sebuah kesenian yaitu Reog. Dari situ terciptalah Reog Ponorogo, dan cerita inilah yang menjadi versi resmi cerita Reog Ponorogo saat ini.

3) Tokoh-tokoh dalam seni Reog

(a) Jathil atau Jathilan

Jathilan diperankan oleh penari yang menunggang kuda-kudaan sebagai penggambaran pasukan berkuda dari kerajaan Majapahit. Pasukan ini pada awalnya diperankan oleh lelaki yang dirias perempuan sebagai penggambaran pasukan kerajaan Majapahit yang telah kehilangan keberaniannya melawan pasukan musuh. Pasukan ini diperankan oleh laki-laki yang dirias cantik layaknya perempuan (gemblak). Pemain jathilan ini biasanya diambil dari gemblak. Namun sesuai perkembangan jaman dimana keberadaan gemblak semakin punah, penari jathilan sekarang diperankan oleh wanita. Topeng yang dikenakan jathilan berupa riasan di muka, yang membantu pemain memperkuat ekspresi wajahnya. Untuk menampilkan kesan cantik, anggun dan bergairah.

Jathil adalah prajurit berkuda dan merupakan salah satu tokoh dalam seni Reog. Jathilan merupakan tarian yang menggambarkan ketangkasan prajurit

berkuda yang sedang berlatih di atas kuda. Tarian ini dibawakan oleh penari di mana antara penari yang satu dengan yang lainnya saling berpasangan. Ketangkasan dan kepiawaian dalam berperang di atas kuda ditunjukkan dengan ekspresi atau greget sang penari.



Gambar 3 : Jathilan

(Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Reog_Ponorogo_dance.jpg Di unduh pada 21 juni 2013)

(b) Warok

Warok adalah pasukan dalam cerita kesenian reog. Warok digambarkan sosok dengan memakai senjata tali kolor panjang putih, berpakaian hitam-hitam, memiliki kesaktian dan gemblak. Untuk memperkuat karakter warok yang keras, sakti, peraga warok menggunakan riasan di muka, yaitu kumis, jenggot dan make-up.

Warok yang berasal dari kata *wewarah* adalah orang yang mempunyai tekad suci, memberikan tuntunan dan perlindungan tanpa pamrih. Warok adalah *wong kang sugih wewarah* (orang yang kaya akan ilmu). Artinya, seseorang menjadi warok karena mampu memberi petunjuk atau pengajaran kepada orang lain tentang hidup yang baik. *Warok iku wong kang wus purna saka sakabehing laku, lan wus menep ing rasa* (Warok adalah orang yang sudah sempurna dalam laku hidupnya, dan sampai pada pengendalian batin).



Gambar 4 : **Warok**

(Sumber :

http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Warok_Ponorogo.jpg&filetimestamp=20110803031857. Diunduh pada 21 juni 2013)

(c) **Barongan (Dadak Merak)**

Singo Barong adalah penguasa hutan yang diwujudkan dalam sosok berupa harimau gembong dengan burung merak yang bertengger di atasnya. Sosok ini sebagai gambaran Raja Brawijaya (Harimau) yang dikendalikan oleh wanita (Merak). Penggabungan dua sosok hewan Harimau dan Merak menjadi satu bentuk disebut dengan Dadak Merak. Pamakainya dengan diusung di kepala, digigit dan dipegang, menggerakkannya dengan menggoyang-goyangkan sesuai arah yang diinginkan. Barongan (Dadak merak) merupakan peralatan tari yang paling dominan dalam kesenian Reog Ponorogo. Bagian-bagiannya antara lain; kepala Harimau (*caplokan*) terbuat dari kerangka kayu, bambu, atau rotan yang ditutup dengan kulit Harimau Gembong. Dadak merak ini berukuran panjang sekitar 2,25 meter, lebar sekitar 2,30 meter, dan beratnya hampir 50 kilogram.



Gambar 5: **Barongan**

(Sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Reog_Ponorogo.jpg. Diunduh pada 21 juni 2013)

(d) Klana Sewandana

Klana Sewandana adalah raja kerajaan Bantarangin. Sosok ini digambarkan dengan topeng bermahkota, wajah berwarna merah, mata besar melotot, dan kumis tipis dengan rambut panjang. Selain itu ia membawa Pecut Samandiman sebagai senjata saktinya, berbentuk tongkat lurus dari rotan berhias jebug dari sayet warna merah diseling kuning sebanyak 5 atau 7 jebug.

Kegagahan sang Raja di gambarkan dalam gerak tari yang lincah serta berwibawa, dalam suatu kisah Prabu Klana Sewandana berhasil menciptakan kesenian indah hasil dari daya ciptanya untuk menuruti permintaan Putri (kekasihnya), karena sang Raja dalam keadaan mabuk asmara maka gerakan tarinyapun kadang menggambarkan seorang yang sedang kasmaran.



Gambar 6 : **Klana Sewandana**

(Sumber :

http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Prabu_Klono_Sewandono.jpg&filetimestamp=20110803030639. Di unduh pada 21 juni 2013)

(e) Bujangganong (Ganongan)

Bujangganong adalah patih kerajaan Bantarangin. Sosok ini digambarkan dengan topeng wajah berwarna merah, mata besar melotot, dan kumis tebal dengan rambut panjang. Karakter Bujangganong bersosok lincah, trengginas dan cekatan, dalam pementasan Reog sering diperagakan oleh anak kecil, karena penuh adegan akrobatik yang memerlukan pemain bertulang lentur.

Dari salah satu versi cerita, Bujangganong adalah adik seperguruan dari Klana Sewandana yang kemudian mereka berdua bertemu kembali dan bersatu, mendirikan kerajaan Bantarangin. Klana Sewandana sebagai raja dan Bujangganong sebagai Patihnya, dalam dramaturgi seni pertunjukkan Reog, Bujangganonglah yang dipercaya sebagai utusan Prabu Klana Sewandana untuk melamar Dewi Songgolangit ke Kediri.



Gambar 7 : **Ganongan**

(Sumber :

http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Bujang_Ganong.jpg&filetimestamp=20110803032914. Di unduh pada 21 juni 2013)

c. Grebeg Suro

Grebeg Suro adalah acara tradisi kultural masyarakat Ponorogo dalam wujud pesta rakyat. Seni dan tradisi yang ditampilkan meliputi Festival Reog Nasional, Pawai Lintas Sejarah dan Kirab Pusaka, dan Larungan Risalah Doa di Telaga Ngebel. Grebeg suro merupakan acara tahunan yang dirayakan setiap tanggal 1 Muharram (1 Suro pada tahun Jawa). Acara ini merupakan kegiatan awal dalam menyongsong Tahun Kunjungan Wisata Jawa Timur setiap tahun.

Rangkaian Grebeg Suro di antaranya, prosesi penyerahan pusaka ke makam bupati pertama Ponorogo. Kemudian disusul pawai ratusan orang menuju pusat kota dengan menunggang bendi dan kuda yang dihias. Berikutnya akan ada Festival Reog Nasional di alun-alun kota.

d. Ponorogo

Kabupaten Ponorogo (bahasa Jawa: *Kabupatèn Panaraga*) adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini terletak di sebelah barat dari provinsi Jawa Timur dan berbatasan langsung dengan provinsi Jawa

Tengah. Kabupaten Ponorogo dikenal dengan julukan *Kota Reog* atau *Bumi Reog* karena daerah ini merupakan daerah asal dari kesenian Reog selain itu Ponorogo juga dikenal sebagai *Kota Santri* karena memiliki banyak pondok pesantren, salah satu yang terkenal adalah Pondok Modern Darussalam Gontor yang merupakan pondok pesantren terbesar kedua di dunia. Setiap tahun pada bulan Suro (Muharram), Kabupaten Ponorogo mengadakan suatu rangkaian acara berupa pesta rakyat yaitu Grebeg Suro. Pada pesta rakyat ini ditampilkan berbagai macam seni dan tradisi, di antaranya Festival Reog Nasional, Pawai Lintas Sejarah, Kirab Pusaka, dan Larungan Risalah Doa di Telaga Ngebel.

BAB III

METODE PERANCANGAN

A. Perencanaan Media

1. Tujuan Media

Tujuan perancangan media promosi ini adalah untuk memilih media yang paling efektif dan efisien, yang dapat mendukung keberhasilan pelaksanaan *event* Festival Reog Nasional XX 2013, selain itu juga bertujuan untuk menarik perhatian dari para wisatawan, sehingga meningkatkan pariwisata Kota Ponorogo.

2. Strategi Media

Strategi media yang pertama kali dilakukan adalah pembuatan logo, yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Festival Reog Nasional XX 2013, kemudian membagi menjadi dua media yaitu media utama dan media pendukung. Media utama adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah promosi, dalam hal media utama adalah Poster.

Menurut Pujiriyanto (2005:16), Poster merupakan media grafis yang memuat unsur teks dan gambar atau ilustrasi yang dipasang atau ditempel pada dinding. Pemilihan poster sebagai media utama karena memiliki daya jangkauan yang luas dan penyebarannya tidak terlalu membutuhkan media-media penunjang, serta harga cetaknya relatif ekonomis, sedangkan media pendukung adalah media-media yang bersifat menunjang atau melengkapi, agar media yang disampaikan dapat tersampaikan informasinya, dalam hal ini yang menjadi media pendukung antara lain:

- a. *Billboard*: *Billboard* merupakan media grafis yang terbuat dari plat ezer dengan format yang relatif besar dengan menggunakan kontruksi besi (permanen) untuk menginformasikan produk atau jasa, menggunakan unsur-unsur warna, teks dan ilustrasi secara singkat dan sederhana.lama tayang relatif lama. (Punjiriyanto,2005:21). *Billboard* adalah jenis reklame media luar ruangan dengan ukuran besar dan terpasang di jalan – jalan raya. Target reklame ini adalah pengguna jalan.
- b. Spanduk: Merupakan Jenis iklan yang dicetak di kain lebar yang direntangkan atau dipasang di jalan, dibagian pertokoan/toko, maupun disudut jalan. (Nuradi dkk, 1996; 15). Spanduk pada media prmsi ini akan dipasang di tempat-tempat strategis, seperti di pinggir jalan raya dan di area *event* berlangsung.
- c. *X Banner*: Media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangkan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga. (Pujiriyanto,2005:22). *X Banner* sebagai media promosi akan di letakkan di panggung acara, sehingga sangat mudah untuk dilihat khalayak.
- d. Baliho: Baliho adalah suatu sarana atau media berpromosi yang mempunyai unsur memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Seperti halnya dengan iklan *outdoor* yang lain, Baliho akan di tempatkan di pinggir-pinggir jalan yang strategis, contohnya di perempatan atau lampu merah.
- e. Umbul-umbul: Bendera beraneka warna yang dipasang memanjang ke atas dan meruncing pada ujungnya, dipasang untuk memeriahkan suasana serta menarik

perhatian. (<http://artikata.com/arti-355776-umbul.html>). Umbul-umbul akan di tempatkan di sekitar area *event*, sebagai penanda *event* berlangsung.

- f. *T-shirt*: Media komunikasi grafis yang dictak di amug kain katun atau TC yang menyerupai bentuk huruf T. Cara mencetaknya adalah menggunakan teknik cetak saring atau sablon. Bagian yang tercetak biasanya bagian depan dan bagian belakang. Unsur-unsur yang digunakan meliputi ilustrasi, teks, dan warna. (Pujiriyanto, 2005 : 28). *T-Shirt* akan diperjualbelikan sebagai souvenir di area *event* berlangsung.
- g. *Mug*: Dalam bahasa Indonesia, merupakan benda yang digunakan sebagai tempat minuman yang terbuat dari kaca. (Badudu, 2001: 448). *Mug* dalam media promosi ini berperan sebagai souvenir bagi para pengunjung.
- h. Stiker: Media komunikasi grafis tentang produk, jasa, atau identitas yang dapat ditempel pada berbagai tempat. Umumnya berbahan kertas vinyl yang mengandung perekat. (Pujiriyanto, 2005 : 17). Pada media promosi ini stiker akan diperjualbelikan di sekitar area *event* berlangsung, sebagai souvenir.
- i. Gantungan kunci: Gantungan kunci berasal dari kata gantung, yaitu alat untuk menyangkutkan sesuatu, sesuatu yang digantungkan jadi gantungan kunci, alat untuk menggantungkan kunci yang bentuk dan bahannya bermacam-macam. (Kamus Besar Bahasa Indonesia online, <http://www.pusatbahasa.diknas.go.id>). Pada media promosi ini stiker akan diperjualbelikan di sekitar area *event* berlangsung, sebagai souvenir.

- j. Kalender: Sebuah sistem untuk memberi nama pada sebuah periode waktu (seperti hari, bulan, dan tanggal). (Wikipedia, ensiklopedia bahasa Indonesia, <http://www.id.wikipedia.org>)
- k. Pin: Merupakan salah satu media promosi yang berbentuk seperti lencana ada peniti atau semacam jarum penyemat di bagian belakangnya.

Proses pemilihan media sangat penting karena melalui media suatu pesan dapat diwujudkan dan disampaikan kepada masyarakat.

3. Sasaran Media

Sasaran perancangan dalam media promosi ini penulis memperhatikan unsur-unsur strategi media yang meliputi:

a. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografis adalah pasar yang dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan dan kelas sosial. (Suyanto, 22:2006)

Berdasarkan faktor demografi, media yang dirancang di peruntukan untuk seluruh kalangan masyarakat, khususnya kaum muda.

b. Segmentasi Geografi

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, propinsi, kota. (Suyanto, 21:2006)

Ditinjau dari faktor geografi, yaitu di daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampain pesan. Sasaran dari penyampaian media ini adalah kota Ponorogo dan sekitarnya.

4. Program Media

a. Pelaksanaan Program Media

Pelaksanaan program media adalah dengan cara dipasang dititik-titik yang strategis baik dilokasi maupun dijalan-jalan menuju lokasi, dengan rincian waktu sebagai berikut:

Tabel program media:

No	Nama Media	Bulan dan Tahun		
		September 2013	Oktober 2013	November 2013
1	Poster	√	√	Minggu ke-1
2	<i>Billboard</i>	√	√	Minggu ke-1
3	Iklan Surat Kabar	-	Minggu ke-4	Minggu ke-1
4	Spanduk	√	√	Minggu ke-1
5	Baleho	√	√	Minggu ke-1
6	Umbul-umbul	-	Minggu ke-4	Minggu ke-1
7	<i>X Banner</i>	-	Minggu ke-4	Minggu ke-1
8	<i>Sticker</i>	-	√	√
9	<i>T-Shirt</i>	-	√	√
10	Pin	-	√	√
11	<i>Cover VCD</i>	-	Minggu ke-4	Minggu ke-1
12	Kalender	-	√	√

13	Mug	-	√	√
14	Gantungan Kunci	-	√	√

Gambar 8 : Tabel program media

b. Estimasi Biaya Media

Tabel Estimasi Biaya Media Utama :

No	Nama media	Ukuran	Jumlah Produksi	Estimasi Biaya
1	Poster	A3	200 buah	2000.000,00

Gambar 9 : Tabel estimasi biaya media utama

Tabel Estimasi Biaya Media Pendukung:

No	Nama media	Ukuran	Jumlah Produksi	Estimasi Biaya
2	<i>Billboard</i>	2m x 4m	5 buah	4000.000,00
3	Iklan Surat Kabar	5cm x 20cm	4 x tayang	2000.000,00
4	Spanduk	90cm x 3m	10 buah	1000.000,00
5	Baliho	2m x 3m	10 buah	3000.000,00
6	Umbul-umbul	50cm x 5m	25 buah	2000.000,00
7	<i>X Banner</i>	60cm x 160cm	10 buah	1200.000,00
8	<i>Sticker</i>	-	500 buah	250.000,00
9	<i>T-Shirt</i>	L	50	2500.000,00
10	Pin	5cm x 5cm	100 buah	500.000,00
11	<i>Cover VCD</i>	14cm x 14cm	100	200.000,00
12	Kalender	A3	100	1500.000,00

13	<i>Mug</i>	8cm x 10cm	50	1.250.000,00
14	Gantungan Kunci	4cmx4cm	100	500.000,00
Jumlah				19.900.000,00

Gambar 10 : **Tabel estimasi biaya media pendukung**

Catatan: Semua jumlah dan harga biaya estimasi adalah kisaran kasar.

B. Perencanaan Kreatif

1. Tujuan kreatif

Tujuan perancangan media promosi ini adalah untuk memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti, dan diterima oleh masyarakat luas dari berbagai identitas dan juga usia, dengan demikian diharapkan akan tercipta media promosi yang menarik sehingga pesan dan kesan dari *event* ini akan tersampaikan.

2. Strategi kreatif

Strategi kreatif dilakukan untuk mendapatkan cara yang tepat dan efektif terkait perancangan media promosi Festival Reog Nasional XX tahun 2013, yang meliputi perancangan elemen-elemen visual yang digunakan disusun menjadi satu kesatuan komposisi yang harmonis sesuai dengan prinsip-prinsip desain, selain itu, didukung juga dengan perancangan logo yang kemudian diterapkan didalam media yang digunakan.

3. Konsep Kreatif

Perancangan media promosi ini akan menggunakan konsep yang naturalis, sederhana (simpler) dan dinamis sehingga komunikatif dan tidak berbelit-belit, sedangkan tipografi mengacu kepada penggunaan huruf (*font*) yang memiliki keterbacaan yang jelas dan bisa diterapkan ke berbagai media yang diperlukan.

Gaya desain yang sederhana, tidak terlalu rumit namun tetap mengacu pada *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 Kabupaten Ponorogo. Visualisasi yang akan ditampilkan dalam desain media promosi ini adalah ilustrasi yang menggunakan tehnik fotografi dan digital yang diolah di komputer. Foto yang digunakan adalah foto-foto tarian Reog.

C. Standar Visual

1. Ilustrasi

Fungsi pokok dari iustrasi adalah sebagai penarik perhatian, menjelaskan suatu pertanyaan dan merangsang khalayak untuk melihat dan membaca seluruh pesan yang disampaikan dalam sebuah desain. Ilustrasi dalam desain ini menggunakan pendekatan fotografi yang menampilkan foto-foto kesenian Reog yang dikomposisikan berdasarkan unsur-unsur dan prinsip-prinsip desain.

2. Tiporafi

Tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan tehnik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan (sosial atau komersial) yang ingin disampaikan. Memilih huruf yang akan dipakai harus memperhatikan dan menyesuaikan dengan tema yang diambil, target yang dituju maupun kondisi sifat isi pesan.

Tipografi yang akan dijadikan pilihan untuk desain ini ada dua jenis font, yaitu :

a. *Gisele Script*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gisele script masuk dalam kategori huruf *Script* yang memiliki ciri khas dari kelompok ini adalah mirip tulisan tangan. Kontras tebal tipisnya sedikit, antar huruf saling berhubungan seolah mengalir dalam satu rangkaian. Memberikan kesan keanggunan, *classic*, penggunaan huruf ini dalam desain ini adalah sebagai cermin dari tarian Reog yang anggun dan juga klasik.

b. *Impact*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Impact masuk dalam kategori huruf jenis *Sans Serif*, ciri khas dari kelompok huruf ini adalah tidak memiliki kait, bertangkai (cukup) tebal, sederhana, ujungnya berbentuk tumpul dan mudah dibaca. Sifat huruf ini kurang formal, lebih mengesankan karakter hangat dan bersahabat.

Font atau huruf *Impact* dalam desain ini dipakai agar tulisan mudah dibaca dan mudah ditangkap oleh mata, karena salah satu unsur dari iklan adalah mudah dibaca dan dimengerti.

3. Warna

Warna merupakan unsur rupa yang mudah tertangkap mata dan paling mudah menimbulkan kesan pada perasaan. Warna yang digunakan dalam desain

ini adalah dominasi warna oranye atau jingga, hijau, merah dan putih. Karena dalam desain ini, saya ingin memadukan dua warna yang kontras antara latar belakang dengan tulisan yang ada didepanya, hal itu dilakukan agar tulisan yang berfungsi sebagai pesan dapat mudah terlihat dan tertangkap oleh mata, selain itu pemilihan warna juga disesuaikan dengan konsep desain yaitu naturalis.

Warna-warna yang digunakan dalam desain ini adalah :

a. Warna kuning



= C : 5% M : 0% Y : 89% K : 0%

Warna kuning memiliki karakter terang, gembira, ramah, supel, riang, cerah. Warna kuning melambangkan kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, dan kemeriahan.

Warna kuning dalam desain ini melambangkan kemeriahan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

b. Warna oranye



= C : 0% M : 72% Y : 100% K : 0%

Warna oranye melambangkan kehangatan, antusiasme, persahabatan, kesuksesan, kesehatan pikiran, keadilan, daya tahan, kegembiraan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh, ketertarikan, independens.

Warna oranye dalam desain ini digunakan dengan harapan dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

c. Warna merah



= C : 0% M : 100% Y : 100% K : 0%

Warna merah melambangkan kesan energi, kekuatan, hasrat, erotisme, keberanian, simbol dari api, pencapaian tujuan, darah, resiko, ketenaran, cinta, perjuangan, perhatian, perang, bahaya, kecepatan, panas, kekerasan.

Warna merah digunakan dengan harapan dapat merangsang perhatian masyarakat untuk menonton *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013, selain itu warna merah juga melambangkan Indonesia yang merupakan asal dari kesenian Reog.

d. Warna hijau



= C : 73% M : 56% Y : 77% K : 69%

Warna hijau melambangkan filosofi kesuburan, kesetiaan, keabadian, kebangkitan, kesegaran, kemudahan, keremajaan, keyakinan, kepercayaan, dan pengharapan.

Warna hijau dalam desain ini merupakan lambang dari warna dadak merak yang berwarna hijau, karena sosok dadak merak merupakan sosok sentral dari

kesenian Reog, selain itu warna hijau juga sebagai penyeimbang warna, hal tersebut dilakukan karena *background* menggunakan warna-warna panas, dengan adanya warna hijau akan menjadi seimbang antara warna panas dan warna dingin.

4. *Layout*

Penataan *layout* sesuai dengan kebutuhan dari bagus atau tidaknya komposisi materi yang digunakan mencakup penataan teks, gambar, dan logo harus memperhatikan unsur-unsur seni didalamnya. Visualisasi yang merupakan salah satu unsur dari *layout* diharapkan mampu membangun dan menciptakan keterikatan emosi dengan khalayak sehingga tercipta komunikasi yang baik.

D. Tahap Perancangan

Tahap perancangan dimulai dengan pemilihan obyek yang akan dijadikan media untuk digunakan sebagai desain promosi Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

Proses perancangan ini mengacu pada kreatifitas yaitu kemampuan untuk menyajikan gagasan atau ide baru. Strategi kreatif memfokuskan pada apa yang harus di komunikasikan yang akan memandu pengembangan seluruh pesan yang digunakan dalam priklanan. Adapun hal yang menjadi acuan atau tolak ukur dalam merencanakan dan merancang seluruh media periklanan adalah faktor efektivitas dan efisiensi.

Tahap-tahap perancangan :

1. Pengumpulan Data

Proses desain media promosi Festival Reog Nasional XX tahun 2013 menggunakan metode pengumpulan data yang dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu: metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder.

a. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung di lapangan dalam rangka mengumpulkan data secara sistematis terhadap objek penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data asli dan mengetahui keadaan tempat pengadaan survey secara rinci.

Tempat observasi yang digunakan ntuk mendapatkan data pada penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Ponorogo.

2) Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab sepihak, dan dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara dengan yang diwawancarai (Moelong, 2001:135).

Narasumber yang peneliti wawancarai guna mendapatkan data pada penelitian ini adalah kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Ponorogo.

3) **Kepustakaan**

Metode kepustakaan adalah mencari data literatur yang berhubungan dengan desain komunikasi visual, meliputi buku, koran, majalah, kamus (Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Kamus Bahasa Inggris-Indonesia), internet, dan media komunikasi lainnya yang erat kaitannya dengan objek permasalahan (lampiran-lampiran informasi yang ada).

4) **Dokumentasi**

Metode pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survey baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya sebagai data berupa fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggung jawabkan. Metode ini di bantu dengan *instrument* kamera digital.

b. Perolehan data dari berbagai sumber

Data diperoleh dalam bentuk data tulis (*verbal*) dan data dalam bentuk gambar (*visual*). Data tertulis didapatkan dari wawancara, artikel, buku, dan internet. Data visual diperoleh dari foto dan gambar.

c. Implementasi

Perancangan media promosi dapat tepat sasaran, efisien, efektif, komunikatif tanpa meninggalkan segi estetisnya maka diperlukan perwujudan visualisasi kreatif ke dalam media yang telah dipilih dan telah disesuaikan. Pada proses implementasi diperlukan strategi serta pemikiran proses produksi media dan penerapan pada media serta penyebarannya. Implementasi terdiri dari beberapa proses produksi yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

2. Langkah Perancangan

Tahapan perancangan ini dimulai dengan pemilihan obyek yang akan dijadikan media untuk digunakan sebagai perancangan media promosi. Proses perancangan ini mengacu pada kreativitas, yaitu kemampuan untuk menyajikan gagasan atau ide baru. Strategi kreatif memfokuskan pada apa yang harus dikomunikasikan yang akan memandu pengembangan seluruh pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Adapun hal yang menjadi acuan dan tolok ukur dalam merencanakan dan merancang sebuah media periklanan adalah faktor efektivitas dan efisiensi.

Langkah-langkah perancangan :

- a. Membuat sketsa awal desain perangkat media promosi berdasarkan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.
- b. Pemilihan foto sebagai gambar ilustrasi yang disesuaikan dengan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.
- c. Pemilihan bentuk media promosi yang akan digunakan dalam perancangan media promosi, dalam hal ini dibagi menjadi dua yaitu, media utama dan media penunjang. Pemilihan media disesuaikan dengan unsur Desain Komunikasi Visual sehingga mencapai target audience, agar tertarik dan terkesan serta menimbulkan rasa keingintahuan terhadap *event* ini.

3. Alat / Instrumen

Instrumen yang paling penting dalam pengumpulan sebuah data adalah seorang peneliti dengan teknik mendokumentasikan sebuah data yang diperoleh

dan kamera digital yang berfungsi menghasilkan sebuah gambar yang nantinya dijadikan sebagai bahan utama dalam pembuatan karya desain.

Sumber data yang berfungsi menguatkan teori dan deskripsi sebuah karya desain diperoleh dari hasil buku-buku yang menunjang dan hasil data dari internet yang terkait. Proses perancangan menggunakan perangkat keras (*hardware*) antara lain komputer, dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah program *Microsoft Word*, *Corel Draw x5*, dan *Adobe Photoshop CS5*, *Adobe Illustrator*. *Finishing* desain menggunakan sistem *digital printing*.

4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu:

a. *Strengths* (kekuatan) :

Reog adalah kesenian khas kota Ponorogo, sehingga sangat mudah untuk mengenalkannya ke masyarakat, selain itu Reog juga sudah di kenal hingga di dunia internasional sebagai budaya bangsa Indonesia

b. *Weakness* (kelemahan) :

Ponorogo adalah kota kecil, sehingga belum banyak orang yang tahu dan mengerti tentang kota Ponorogo secara geografis maupun budaya.

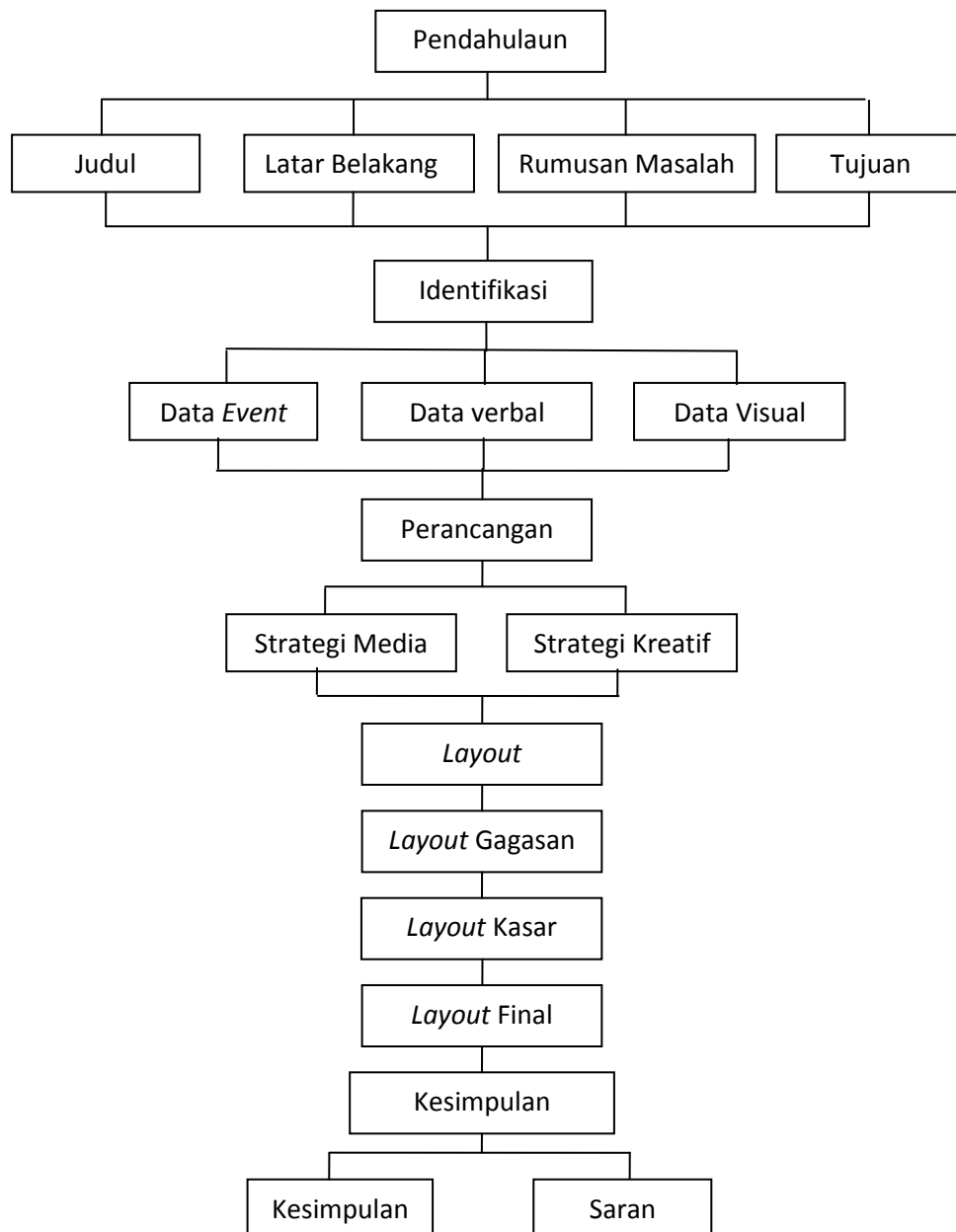
c. *Opportunities* (peluang) :

Banyaknya kelompok kesenian Reog baik di kota Ponorogo maupun di daerah-daerah lain, membuat Reog tidak hanya dikenal di kota Ponorogo, sehingga memungkinkan wisatawan dari daerah lain untuk datang ke Ponorogo guna menyaksikan Festival Reog Nasional.

d. *Threats* (ancaman) :

Munculnya budaya-budaya modern belakangan ini secara tidak langsung telah mengikis kecintaan terhadap budaya-budaya tradisional seperti kesenian Reog.

5. Skema Perancangan



Gambar 11 : Skema perancangan

6. Metode Visualisasi Desain

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Tahap-tahap *layout* desain adalah sebagai berikut:

a. *Layout* gagasan (*Idea layout*)

Layout gagasan yaitu tahap awal dari sebuah visualisasi perancangan berupa coretan-coretan dasar untuk mencari tata letak ataupun susunan bentuk, teks dan gambar.

b. *Layout* kasar (*Rough layout*)

Layout kasar berupa kumpulan sketsa dari penuangan gagasan yang telah direncanakan namun masih dapat direvisi kembali dalam pembuatan desainnya dan dapat dikembangkan lagi.

c. *Layout* lengkap (*Comprehensive layout*)

Setelah gagasan ditentukan dan telah melalui tahapan pengembangan dan penyempurnaan, maka dibuatlah *layout* secara lengkap. *Layout* lengkap merupakan titik akhir dalam pembuatan karya desain atau disebut sebagai *Final Design* yang mana *layout* sudah dalam bentuk jadi dan dapat dilihat, dinikmati dan dipahami konsepnya. (<http://herryptx19.wordpress.com/2013/02/24/desain-promosi-dan-arti-layout/>).

BAB IV

KONSEP DAN VISUALISASI KARYA

A. Perancangan Logo

Logo merupakan huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan. (<http://artikata.com/arti-109096-logo.html>).



Gambar 12 : Desain logo

1. Konsep logo

Logo ini menggunakan gaya desain yang sederhana namun tetap menunjukkan karakter Reog yang menjadi tema dalam desain ini. Secara garis besar bentuk logo ini diambil dari bentuk Dadak Merak yang merupakan sosok sentral dari kesenian Reog.

Konsep pembuatan logo Festival Reog Nasional XX tahun 2013 ini lebih menekankan pada bagaimana agar logo ini menjadi *point of interest* yang

menarik. Logo berbentuk Barongan yang tersusun dari garis-garis menyerupai ornamen yang mengandung empat unsur warna yaitu merah, oranye, hijau, dan putih (apabila logo ditempatkan di media berwarna gelap), selain itu logo juga menggunakan tulisan Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX yang menunjukkan identitas dari *event* tersebut.

2. Font atau huruf pada logo

a. Gisele Script

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tulisan Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX menggunakan font atau huruf *Gisele script*. Jenis huruf masuk dalam kategori huruf *Script* yang memiliki ciri khas dari kelompok ini adalah mirip tulisan tangan. Kontras tebal tipisnya sedikit, antar huruf saling berhubungan seolah mengalir dalam satu rangkaian. Memberikan kesan keanggunan, *classic*, penggunaan huruf ini dalam desain logo adalah sebagai cermin dari tarian Reog yang anggun dan juga klasik.

Pengaplikasian logo pada media promosi Festival Reog Nasional tahun 2013 ditempatkan pada bagian-bagian yang disesuaikan dengan media yang ada.

3. Warna logo

Warna yang digunakan dalam logo ini adalah merah, oranye, hijau dan hitam atau putih.



= C : 0% M : 72% Y : 100% K : 0%



= C : 0% M : 100% Y : 100% K : 0%



= C : 73% M : 56% Y : 77% K : 69%



= C : 75% M : 68% Y : 67% K : 90%

Makna warna dalam desain logo :

Merah : Warna merah dalam desain logo ini mengandung makna Indonesia, yang merupakan asosiasi dari bendera Indonesia yaitu merah putih yang mencerminkan bahwa kesenian Reog adalah milik Indonesia bukan negara lain.

Oranye : Warna oranye memiliki karakter yaitu kemeriahan, pengaplikasian warna orange dalam desain logo ini adalah penggambaran kemeriahan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

Hijau : Warna hijau digunakan dalam desain logo ini diambil dari warna Dadak Merak atau Barongan yang dominan dengan warna hijau. Barongan merupakan sosok sentral dari kesenian Reog.

Hitam : Warna hitam dan putih digunakan karena warna tersebut adalah warna khas kota Ponorogo, dan penggunaan warna hitam atau putih pada logo disesuaikan dengan warna *background* media yang digunakan.

Dengan penggabungan warna-warna tersebut diharapkan desain mampu menghasilkan sebuah logo yang berkarakter, penuh kekuatan, energi dan

kehangatan. Sehingga melalui paduan warna pada logo ini akan mampu memberi gambaran tentang *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

4. Ukuran Logo

a. *Grid* dan Proporsi

Untuk menentukan dimensi, bentuk, proporsi dan skala adalah dengan menggunakan acuan *grid* yang diatur sebagai berikut :



Gambar 13 : Logo dengan *grid*

b. Pengecilan minimum

Untuk menjaga keutuhan bentuk dan keterbacaan logo, maka ditetapkan batas pengecilan minimum adalah 3 cm.



Gambar 14 : Ukuran logo 7cm



Gambar 15 : Ukuran logo 5cm



Gambar 16 : Ukuran logo 3cm

Ukuran logo disesuaikan dengan media yang dipakai, semakin besar media, logo akan diperbesar disesuaikan dengan kebutuhan. Sedangkan ukuran terkecil yaitu 3 cm yang diterapkan pada media-media.

Rough Layout desain Logo



Gambar 17 : ***Rough Layout desain Logo 1***



Gambar 18 : ***Rough Layout desain Logo 2***

***Rough Layout* terpilih desain Logo**



Gambar 19 : *Rough Layout* terpilih desain Logo

Visualisasi *layout* desain logo



Gambar 20 : **Visualisasi *layout* desain logo**

Comprehensive layout Logo



Gambar 21 : *Comprehensive layout Logo background terang atau putih.*



Gambar 22 : *Comprehensive layout Logo background gelap atau hitam.*

B. Perancangan Media Promosi

1. Media utama

Poster

Dalam desain media promosi ini poster akan ditempatkan pada tempat-tempat umum yang strategis dimana masyarakat dapat dengan mudah melihat dan membacanya.

Alasan menggunakan media poster sebagai media utama dalam perancangan media promosi ini adalah karena media Poster lebih *fleksible* dibandingkan dengan media-media yang lain, karena Poster penempatan dan juga pengaplikasiannya tidak membutuhkan media penunjang karena tinggal ditempelkan ditempat-tempat yang dianggap sesuai dengan media promosi ini dan aksesnyapun cukup menjangkau banyak khalayak dengan penempatan yang tepat.

Kelebihan media Poster :

- 1) Khalayak dapat mengatur tempo dalam membaca.
- 2) Tidak membutuhkan tempat yang besar dalam meletakkanya.
- 3) Media yang dapat di tinjau ulang, pembaca dapat dengan tenang, membaca dengan teliti pesan apa yang ada dalam iklan tersebut.

Kekurangan media poster :

- 1) Untuk menikmatinya diperlukan kemampuan membaca dan atensi atau perhatian, karena tidak bersifat auditif dan visual.
- 2) Membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu yang relatif lama.

- 3) Jenis bahan yang digunakan biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap.

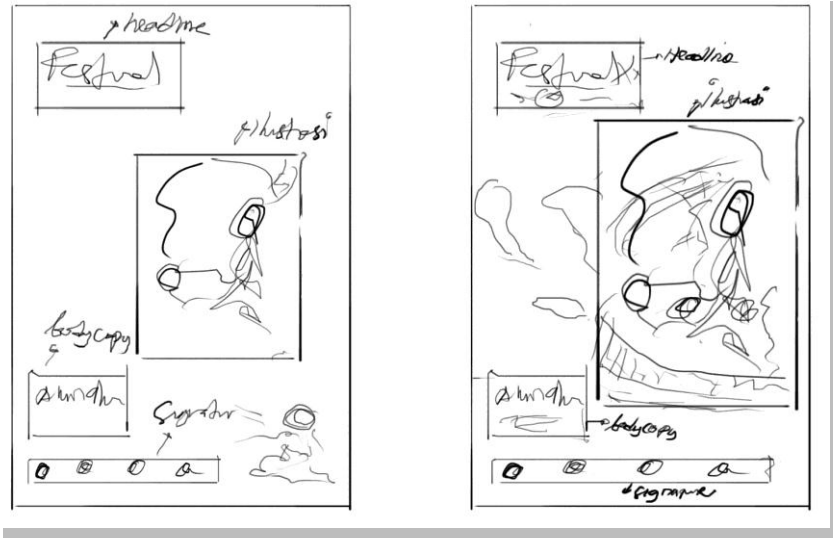
Konsep desain Poster :

- 1) Nama media : Poster
- 2) Ukuran : A3
- 3) Format : *Portrait*
- 4) Bahan : *Ivory 230g*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
 - (b) *Body copy* : Tempat, panggung utama Alun-alun Ponorogo 29 oktober - 4 November 2013, pukul 19.00-selesai.
 - (c) Identitas : Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, logo Yayasan Reog Ponorogo, logo Visit Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013
- 7) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi menampilkan foto-foto para penari dalam kesenian Reog yang dibalut garis merah putih sebagai *point of interest*, dengan *background* peta Indonesia yang dibuat transparan.
 - (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain poster ini judul atau headline terletak disebelah kanan atas kemudian ilustrasi foto-foto tarian Reog di tengah samping kanan, informasi jadwal acara disebelah kiri

bawah, dibagian bawah poster terdapat beberapa logo pendukung acara.

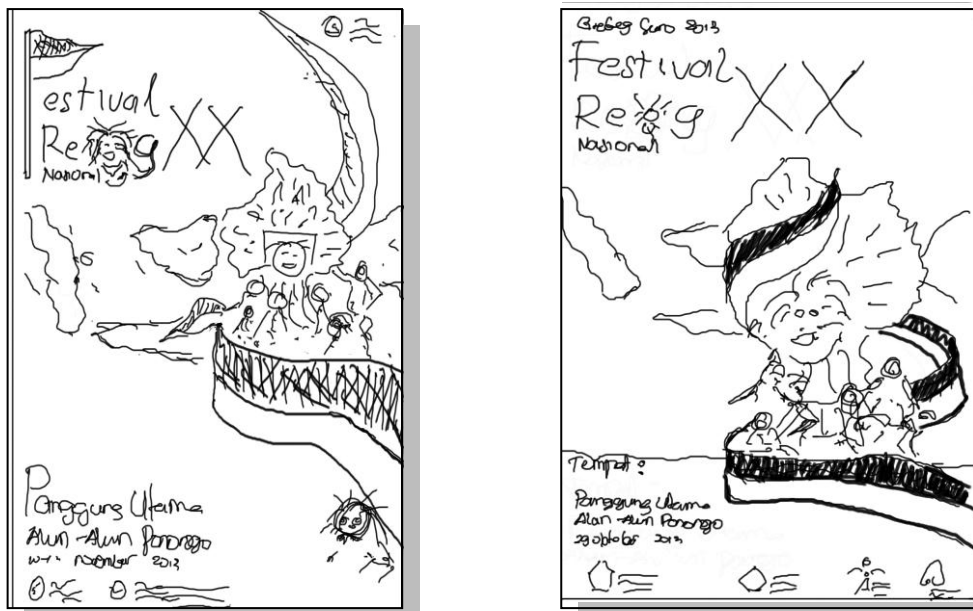
- (c) Jenis huruf : Judul menggunakan *font Gisele Script*, informasi acara menggunakan *font Impact*.
- (d) Warna : Warna dalam desain Poster ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye senja, dan warna hitam di bagian bawah, judul menggunakan warna merah dan putih. Warna dalam desain poster ini menggunakan kombinasi warna gelap dan cerah untuk memberikan keseimbangan dan keharmonisan warna dalam desain.

Idea Layout Poster



Gambar 23 : *Idea Layout Poster*

Rough Layout Poster



Gambar 24 : *Rough layout Alternatif Poster 1 dan 2*

Rough Layout Terpilih Desain Poster



Gambar 25 : ***Rough layout Terpilih Desain Poster***

Visualisasi layout desain Poster



Gambar 26 : ***Visualisasi layout desain Poster***

Comprehensive layout Poster



Gambar 27 : *Comprehensive layout Poster*

2. Media penunjang

a. *Billboard*

Billboard dalam menyampaikan pesan menggunakan ilustrasi gambar atau fotografi dengan kalimat pesan yang singkat, jelas, dan mudah dibaca. Desain *Billboard* dibuat dengan menggunakan warna yang cerah dengan desain yang sederhana namun tetap menarik perhatian khalayak.

Billboard dalam promosi event ini akan diletakkan pada jalan-jalan utama yang strategis atau diperempatan lampu merah, sehingga ketika seseorang berhenti ketika lampu merah dapat membaca pesan yang disampaikan lewat media ini.

Konsep desain *Billboard* :

- 1) Nama media : *Billboard*
- 2) Ukuran : 2 x 4 meter
- 3) Format : *Landscape*
- 4) Bahan : *Flexy*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :

(a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponoogo

(b) *Body copy* : Tempat, panggung utama Alun-alun Ponorogo 29 oktober - 4 November 2013, pukul 19.00-selesai.

(c) Identitas : Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, logo Yayasan Reog Ponorogo, logo Visit Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013.

7) Visualisasi :

(a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi yang menampilkan foto-foto para penari dalam kesenian Reog sebagai *point of interest*.

(b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain billboard ini didominasi ilustrasi foto-foto tarian Reog, foto Barongan di sebelah kiri terlihat besar sebagai *point of interest* yang diikuti penari-penari lain dengan komposisi yang lebih kecil agar terlihat lebih dinamis, informasi jadwal acara serta *headline* rata kanan bertujuan untuk memberikan keseimbangan pada desain dibagian bawah *Billboard* terdapat beberapa logo pendukung acara.

(c) Jenis huruf : Judul dan slogan menggunakan *font Gisele Script*, informasi acara menggunakan *font Impact*, kedua huruf ini dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan guna mendapatkan kesatuan serta *ritme* yang tepat dimana nantinya dapat memberikan keseimbangan informasi yang dinamis.

(d) Warna : Warna dalam desain *Billboard* ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye senja, dan warna hitam dibagian bawah bertujuan agar desain tidak terlihat datar, *headline* menggunakan warna hijau dan putih agar kontras dengan *background*

yang berwarna cerah, sehingga tulisan mudah dibaca, selain itu warna-warna itu dikomposisikan sesuai dengan tema desain ini yaitu naturalis.

Idea Layout Billboard

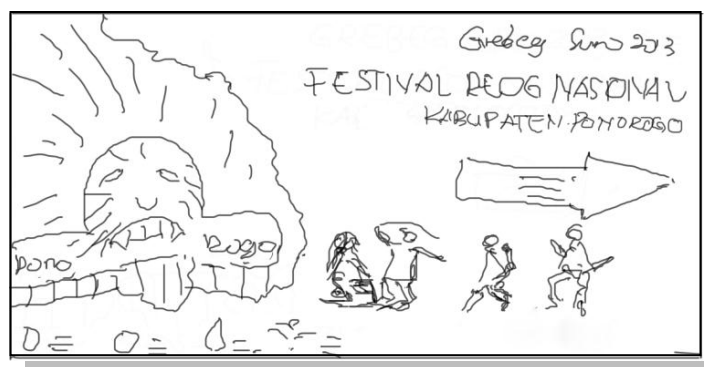


Gambar 28 : ***Idea Layout Billboard***

Rough layout desain Billboard



Gambar 29 : ***Rough layout desain Billboard 1***



Gambar 30 : ***Rough layout desain Billboard 2***

Rough Layout terpilih desain Billboard



Gambar 31 : ***Rough Layout terpilih desain Billboard***

Visualisasi layout desain Billboard



Gambar 32 : ***Visualisasi layout desain Billboard***

Comprehensive layout desain Billboard



Gambar 33 : *Comprehensive layout desain Billboard*

Visualisasii final desain Billboard



Gambar 34 : *Visualisasi final desain Billboard*

b. Spanduk

Spanduk dalam promosi *event* ini hampir sama halnya dengan *Billboard* yang akan diletakkan pada jalan-jalan utama yang strategis yang diakses banyak orang atau diperempatan lampu merah, sehingga ketika seseorang berhenti ketika lampu merah dapat membaca pesan yang disampaikan lewat media ini.

Konsep Desain Spanduk :

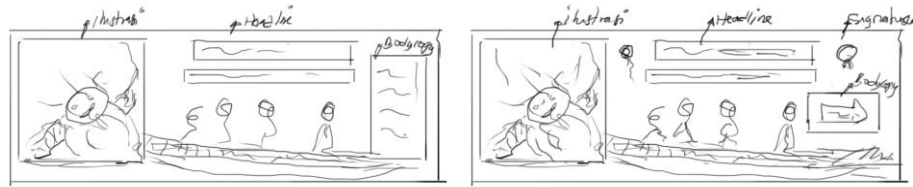
- 1) Nama media : Spanduk
- 2) Ukuran : 90 cm x 3 meter
- 3) Format : *Landscape*
- 4) Bahan : *Flexy*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
 - (b) *Body copy* : Tempat, panggung utama Alun-alun Ponorogo
29 oktober - 4 November 2013, pukul 19.00-selesai.
 - (c) Identitas : logo Visit Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013.
- 7) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi yang menampilkan foto-foto para penari dalam kesenian Reog di atas garis merah putih sebagai *point of interest*.

(b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain Spanduk ini didominasi ilustrasi foto-foto tarian Reog, foto Barongan di sebelah kiri terlihat besar sebagai *point of interest* yang diikuti penari-penari lain dengan komposisi yang lebih kecil agar terlihat lebih dinamis, *headline* berada di tengah rata kiri, informasi jadwal acara didalam kotak panah warna merah putih disebelah kanan bertujuan untuk memberikan keseimbangan pada desain.

(c) Jenis huruf : Kata Grebeg Suro 2013 menggunakan *font Gisele Script*, kata Festival Reog Nasional XX menggunakan *font impact*, informasi acara menggunakan *font Impact*. Huruf-huruf ini dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan guna mendapatkan kesatuan serta ritme yang tepat dimana nantinya dapat memberikan keseimbangan informasi yang dinamis.

(d) Warna : Warna dalam desain spanduk ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye senja, dan garis merah putih dibagian bawah, *headline* menggunakan warna hijau dan putih agar kontras dengan *background* yang berwarna cerah, sehingga tulisan mudah dibaca.

Idea Layout Spanduk



Gambar 35 : ***Idea Layout Spanduk***

Rough Layout desain Spanduk



Gambar 36 : ***Rough Layout desain Spanduk 1***



Gambar 37 : ***Rough Layout a desain Spanduk 2***

Rough Layout terpilih desain Spanduk



Gambar 38 : ***Rough Layout terpilih desain Spanduk***

Visualisasi *layout* desain Spanduk



Gambar 39 : Visualisasi *layout* desain Spanduk

Comprehensive layout Spanduk



Gambar 40 : *Comprehensive layout* Spanduk

Visualisasi final desain Spanduk



Gambar 41 : Visualisasi final desain Spanduk

c. Baliho

Baliho adalah media informasi yang dipasang di tempat terbuka, di tempat-tempat strategis seperti jalan raya. Baliho dibuat dalam ukuran yang relatif besar, menggunakan bahan dari papan triplek dan semacamnya. Baliho pada umumnya berisi informasi mengenai sesuatu, penawaran suatu produk dan lain-lain yang dilengkapi dengan gambar.

Baliho dalam promosi *event* ini akan diletakkan di *spot area event* selain itu juga di pinggir-pinggir jalan-jalan utama yang strategis yang diakses banyak orang.

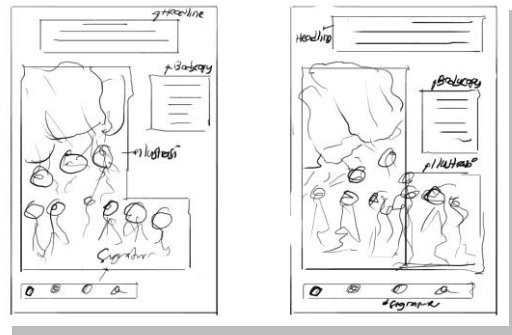
Konsep desain Baliho :

- 1) Nama media : Baliho
- 2) Ukuran : 2 meter x 3 meter
- 3) Format : *Portrait*
- 4) Bahan : *Flexy*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponorogo.
 - (b) *Body copy* : Tempat, panggung utama Alun-alun Ponorogo 29 Oktober - 4 November 2013, pukul 19.00-selesai.
 - (c) Identitas : Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, logo Yayasan Reog Ponorogo, logo Visit Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013.

7) Visualisasi :

- (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi yang menampilkan foto-foto para penari dalam kesenian Reog sebagai *point of interest*.
- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain baleho ini didominasi ilustrasi foto-foto tarian Reog, *headline* berada di atas rata kanan, informasi jadwal acara ditengah rata kanan yang bertujuan untuk memberikan keserasian pada desain, logo identitas dibagian bawah desain.
- (c) Jenis huruf : Kata Grebeg Suro 2013 menggunakan *font Gisele Script*, kata Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponorogo menggunakan *font impact*, informasi acara menggunakan *font Gisele Script*. Huruf-huruf ini dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan guna mendapatkan kesatuan serta ritme yang tepat dimana nantinya dapat memberikan keseimbangan informasi yang dinamis.
- (d) Warna : Warna dalam desain baleho ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye gradasi hitam dibagian atas dan bawah, *headline* menggunakan warna kuning dan putih agar kontras dengan *background* yang berwarna hitam sehingga tulisan tetap mudah dibaca, *sub headline* menggunakan warna hitam karena untuk memberikan keseimbangan dengan *background* yang berwarna kuning dan oranye.

Idea Layout Baliho



Gambar 42 : ***Idea Layout Baliho***

Rough Layout desain Baliho



Gambar 43 : ***Rough Layout desain Baliho 1***



Gambar 44 : ***Rough Layout desain Baliho 2***

***Rough Layout* terpilih desain Baliho**



Gambar 45 : ***Rough Layout*** terpilih desain Baliho

Visualisasi *layout* desain Baliho



Gambar 46 : **Visualisasi *layout*** desain Baleho

Comprehensive layout desain Baliho



Gambar 47 : *Comprehensive layout desain Baliho*

Visualisasi final desain Baliho



Gambar 48 : Visualisasi final desain Baliho

d. Umbul-umbul

Umbul-umbul adalah media promosi berbentuk persegi yang memanjang dan terbuat dari kain yang dipasang pada batang bambu atau semacamnya. Umbul-umbul adalah salah satu media yang cukup banyak digunakan dalam sebuah *event-event* untuk menarik khalayak.

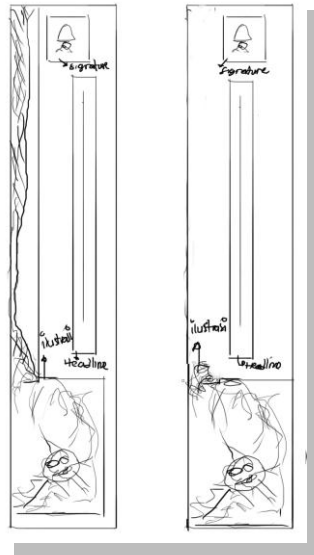
Umbul-umbul dalam promosi ini *event* ini bertujuan untuk menarik khalayak, selain itu juga menandai adanya sebuah event ditempat tersebut. Media umbul-umbul akan diletakkan di *spot* acara di pinggiran alun-alun Ponorogo sebagai pusat dari *event* ini.

Konsep desain Umbul-umbul

- 1) Nama media : Umbul-umbul
- 2) Ukuran : 50 cm x 5 meter
- 3) Format : *Portrait*
- 4) Bahan : Kain
- 5) Teknik cetak : Sablon
- 6) *Headline* : Festival Reog Nasional XX
- 7) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi menampilkan foto Barongan yang merupakan bagian dari kesenian Reog, dan garis merah putih yang melambangkan bendera Indonesia sebagai *point of interest* dalam desain umbul-umbul pada *event* ini.

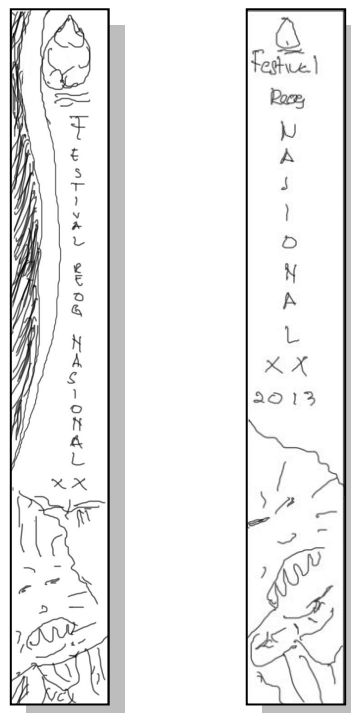
- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain umbul-umbul ini ilustrasi foto Barongan dibagian bawah desain, *headline* Festival Reog Nasional XX membujur dari atas kebawah, logo identitas *event* dibagian atas desain.
- (c) Jenis huruf : Kata Festival Reog Nasional XX menggunakan *font impact*.
- (d) Warna : Warna dalam desain umbul-umbul ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye, dengan dua garis merah putih, *headline* Festival Reog Nasional XX menggunakan warna hijau tua agar kontras dengan *background* yang berwarna oranye sehingga tulisan tetap mudah dibaca.

Idea Layout Umbul-Umbul



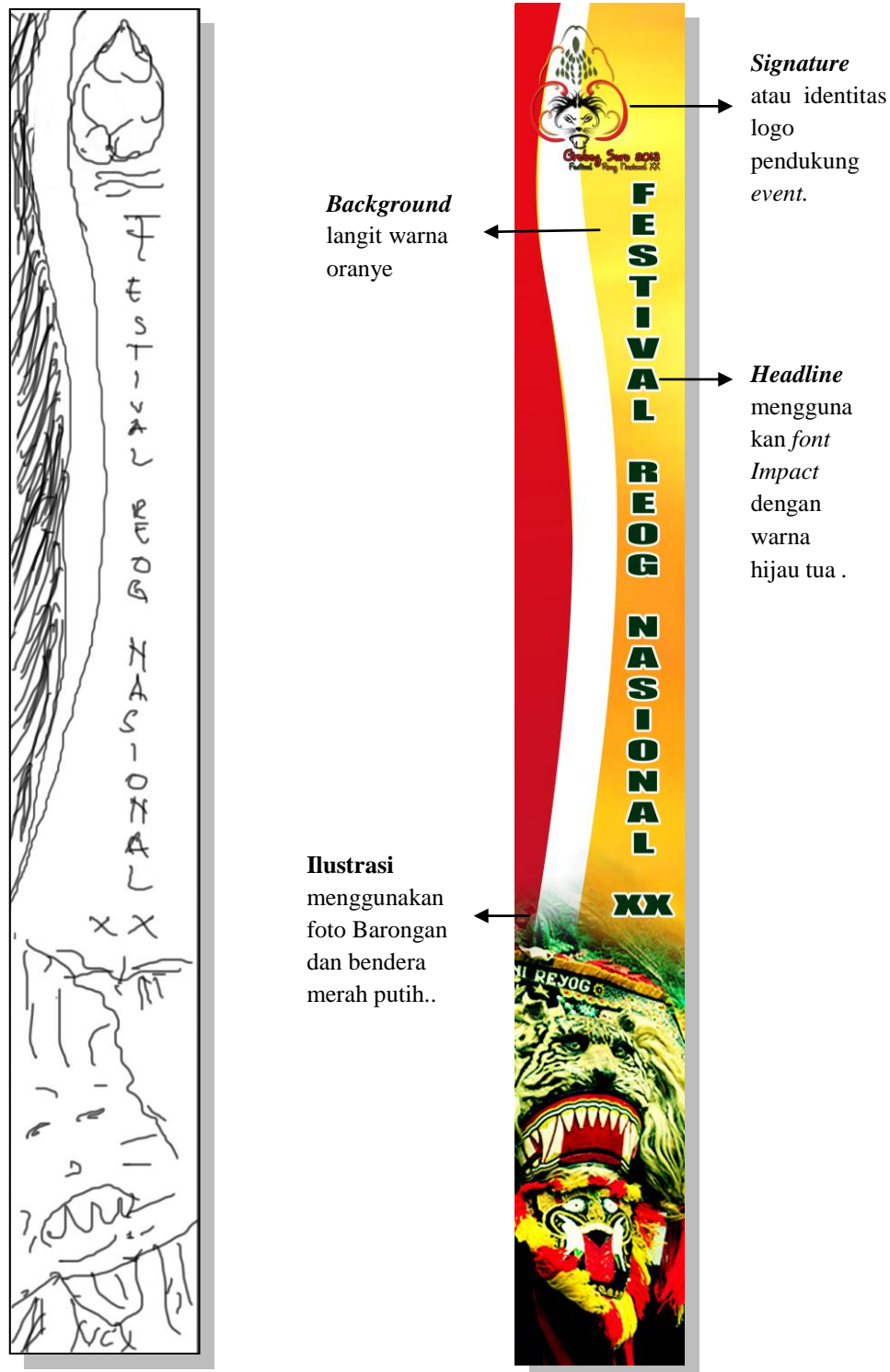
Gambar 49 : ***Idea Layout Umbul-Umbul***

Rough Layout desain Umbul-Umbul



Gambar 50 : ***Rough Layout desain Umbul-Umbul***

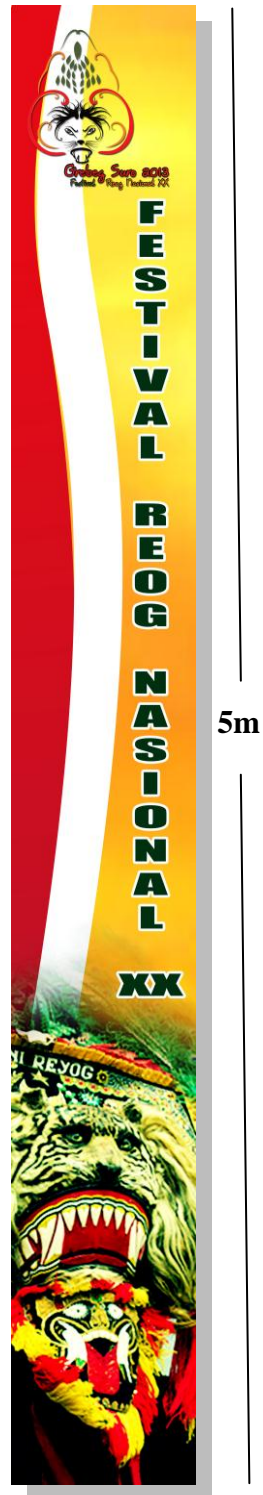
***Rough layout* terpilih dan visualisasi *layout* desain Umbul-Umbul**



Gambar 51 : *Rough Layout* terpilih dan visualisasi *layout* desain Umbul-Umbul

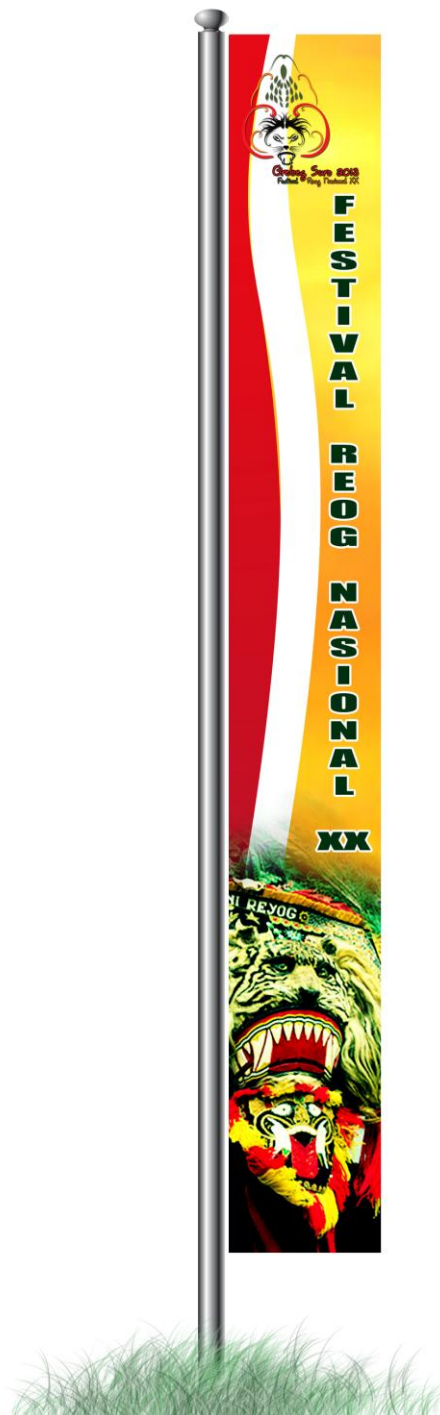
Comprehensive layout desain Umbul-Umbul

— 50cm —



Gambar 52 : *Comprehensive layout desain Umbul-Umbul*

Visualisasi final desain Umbul-Umbul



Gambar 53 : Visualisasi final desain Umbul-Umbul

e. *X Banner*

X Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, bahannya terbuat dari sejenis plastik disebut *flexy* dan dicetak dengan *digital printing* yang memuat informasi produk atau kegiatan. *X - Banner* pada bagian belakangnya terdapat tiang menyilang sebagai penyangganya.

Alasan kenapa media ini digunakan karena biayanya relatif murah. Sistem cetak digital membuat proses pembuatan *X Banner* menjadi lebih kreatif dan cepat selain itu juga mudah dirakit dan ringan dibawa sehingga lebih *flexible*. Pada desain promosi ini, media *X Banner* akan diletakkan dipanggung ketika acara berlangsung dengan penempatan yang disesuaikan dengan *layout* panggung yang ada.

Konsep desain *X Banner*

- 1) Nama media : *X Banner*
- 2) Ukuran : 60 cm x 160 cm
- 3) Format : *Potrait*
- 4) Bahan : *Flexy*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :

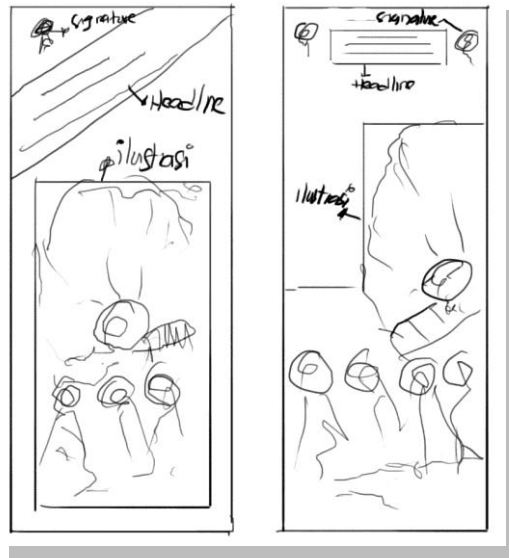
(a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX,
Kabupaten Ponorogo.

(b) *Identitas* : Logo *Visit* Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival
Reog Nasional 2013.

7) Visualisasi :

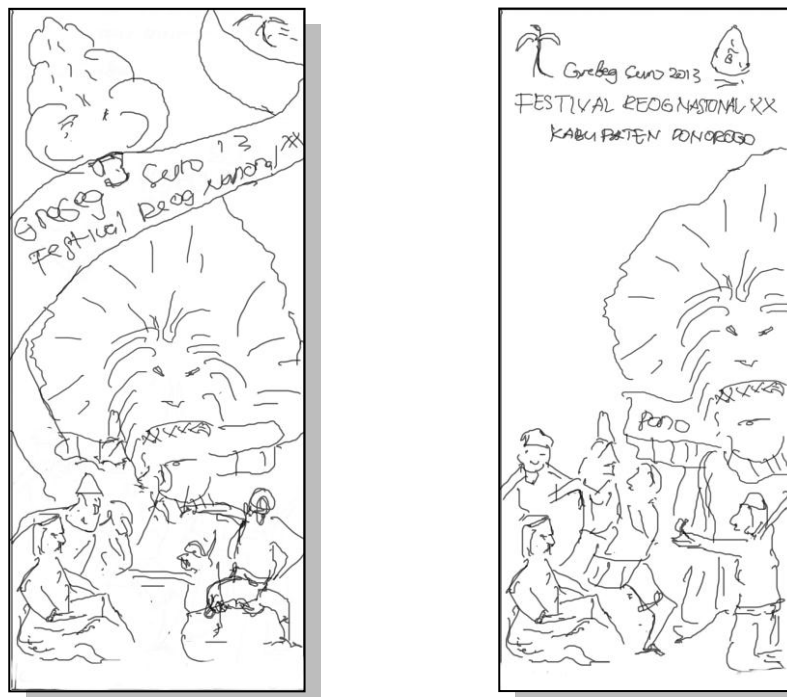
- (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi yang menampilkan foto penari pada kesenian Reog sebagai *point of interest* pada desain *X Banner* ini.
- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain *X Banner* ini ilustrasi foto penari pada kesenian Reog dibagian bawah desain, *headline* Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponorogo dibagian atas , logo identitas *event* dan *visit* Indonesia disamping kiri dan kanan *headline*.
- (c) Jenis huruf : *Gisele Script* dan *Impact*
- (d) Warna : Warna dalam desain *X Banner* ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye gradasi hitam ke bawah, *headline* menggunakan warna hijau tua agar kontras dengan *background* yang oranye sehingga tulisan tetap mudah dibaca.

Idea Layout X Banner



Gambar 54 : ***Idea Layout X Banner***

Rough Layout desain X Banner



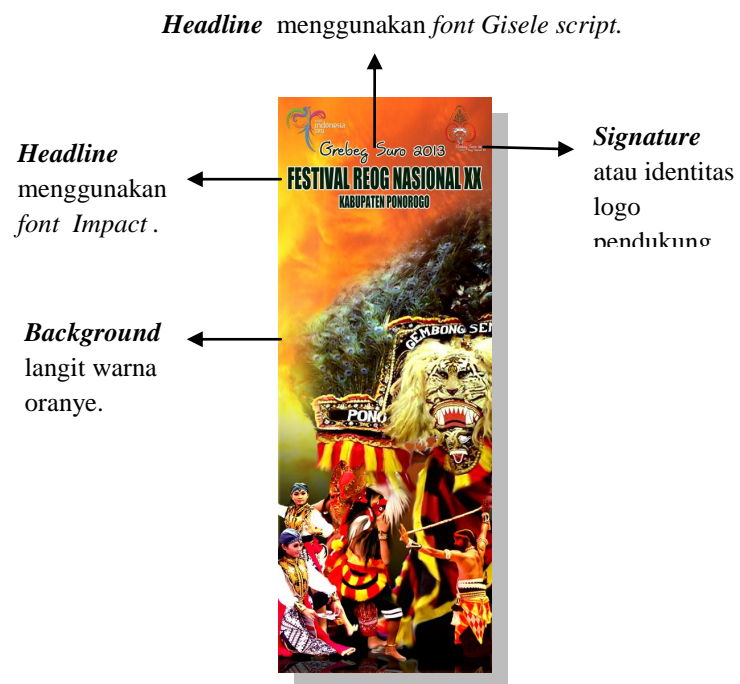
Gambar 55 : ***Rough Layout desain X Banner***

Rough Layout terpilih desain X Banner



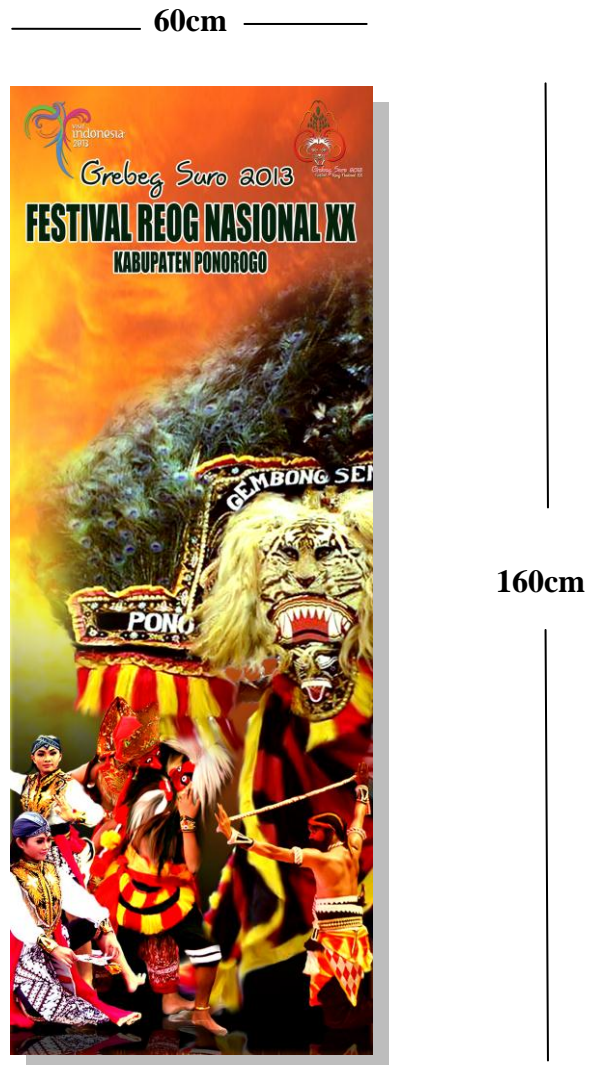
Gambar 56 : ***Rough Layout terpilih desain X Banner***

Visualisasi layout desain X-Banner



Gambar 57 : ***Visualisasi layout desain X-Banner***

Comprehensive layout desain X Banner



Gambar 58 : *Comprehensive layout desain X Banner*

Visualisasi final desain *X Banner*



Gambar 59 : Visualisasi final desain *X Banner*

f. Iklan Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu media penyampai pesan yang mempunyai daya jangkau yang luas dan masal. Hal ini terjadi karena surat kabar datang secara langsung ke setiap orang, surat kabar dibaca setiap hari oleh masyarakat dalam segala usia. Oleh sebab itu, surat kabar dapat digunakan secara efektif sebagai alat periklanan.

Iklan melalui surat kabar adalah salah satu cara yang dianggap cukup murah dan praktis untuk melakukan promosi. Surat kabar yang akan digunakan dalam promosi ini adalah surat kabar lokal yang terbit harian maupun nasional yang memiliki jangkauan luas terhadap masyarakat.

Konsep desain Iklan Surat Kabar

- 1) Nama media : Iklan Surat Kabar
- 2) Ukuran : 5 cm x 20 cm
- 3) Format : *Landscape*
- 4) Bahan : *Art Papper*
- 5) Teknik cetak : *Digital printing*
- 6) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponorogo.
 - (b) *Body Copy* : Menampilkan puluhan group Reog dari seluruh daerah di Indonesia.
 - (c) *Splash* : Datang dan saksikan.

(d) Identitas : Tempat, Panggung utama Alun-alun Ponorogo, 29 Oktober - 4 November 2013, pukul 19.00-selesai.

7) Visualisasi :

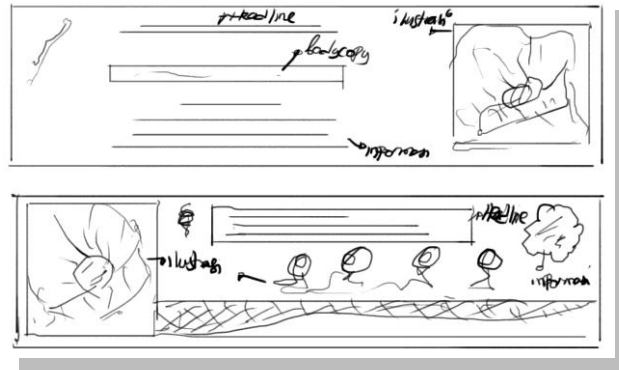
(a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi fotografi yang menampilkan foto penari pada kesenian Reog sebagai *point of interest* pada desain iklan surat kabar.

(b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain iklan surat kabar ini ilustrasi foto penari pada kesenian Reog dibagian kanan desain, *headline* Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, Kabupaten Ponorogo dibagian tengah, identitas *event* dibagian bawah desain.

(c) Jenis huruf : *Gisele Script* dan *Impact*

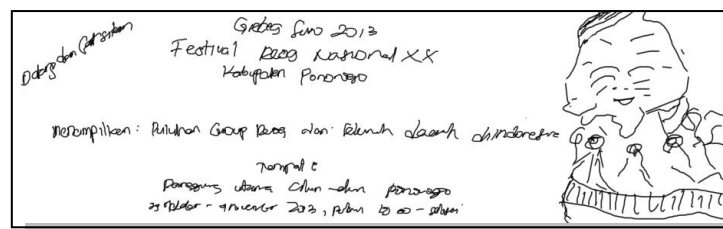
(d) Warna : Warna dalam desain iklan surat kabar ini *fullcolour*, dengan warna *background* menggunakan warna oranye gradasi hitam ke bawah, *headline* menggunakan warna merah, *Splash* dan teks informasi menggunakan warna hitam dan putih agar mudah dibaca.

Idea Layout Iklan Surat Kabar



Gambar 60 : ***Idea Layout Iklan Surat Kabar***

Rough Layout desain Iklan Surat Kabar

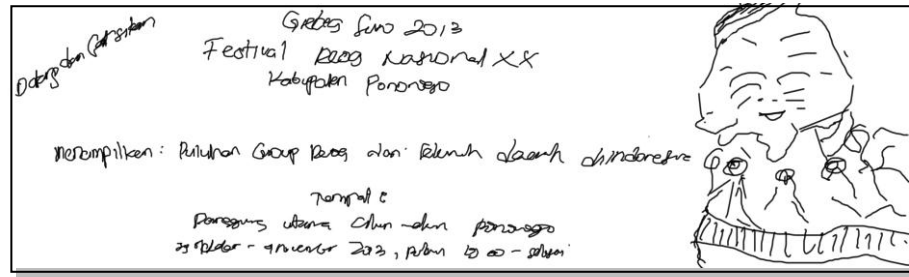


Gambar 61 : ***Rough Layout desain Iklan Surat Kabar 1***



Gambar 62 : ***Rough Layout desain Iklan Surat Kabar 2***

***Rough Layout* terpilih desain Iklan Surat Kabar**



Gambar 63 : ***Rough Layout*** terpilih desain Iklan Surat Kabar

Visualisasi *layout* desain Iklan Surat Kabar



Gambar 64 : **Visualisasi *layout*** desain Iklan Surat Kabar

Comprehensive layout desain Iklan Surat Kabar

20cm



5cm

Gambar 65 : Comprehensive layout desain Iklan Surat Kabar

Visualisasi final desain Iklan Surat Kabar



Gambar 66 : Visualisasi final desain Iklan Surat Kabar

3. Souvenir

a. Kaos atau *T-Shirt*

Perkembangan *T-Shirt* di era sekarang tidak hanya sebagai pakaian semata namun juga berkembang menjadi sebuah media untuk promosi *product*, *event*, dll. Pemanfaatan *T-Shirt* sebagai media promosi terletak pada bagian depan dan belakang *T-Shirt* yang biasanya diisi dengan gambar maupun tulisan-tulisan yang akhirnya memberi daya tarik pada kaos itu sendiri.

T-Shirt pada desain promosi ini akan digunakan oleh panitia *event*, tidak hanya itu *T-Shirt* diharapkan juga mampu menjangkau khalayak banyak dengan diperjualbelikan di area *event* berlangsung dengan harga Rp 60.000 per kaosnya.

Konsep desain *T-Shirt*

- 1) Nama media : *T-Shirt*
- 2) Ukuran : L (50 cm x 70 cm)
- 3) Bahan : *Cotton Combat*
- 4) Teknik cetak : *Print Screen*
- 5) Verbal :

(a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.

(b) Identitas : Logo *Visit* Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013.

- 6) Visualisasi :

(a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain ini adalah ilustrasi vektor animasi yang menampilkan gambar penari pada kesenian Reog

sebagai *point of interest* pada desain *T-Shirt*. Gambar dibuat animasi agar desain menjangkau segala umur, karena biasanya anak-anak takut melihat wujud asli dari Reog, dengan dibuat gambar animasi ini harapannya anak-anak tidak takut lagi dengan gambar Reog.

- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain *T-Shirt* ini, pada bagian depan terdapat animasi penari-penari Reog sebagai *point of interest*, *headline* Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX, dibagian atas dan bawah ilustrasi, logo identitas *visit* Indonesia dibagian depan dada sebelah kiri dan logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013 dibagian belakang *T-Shirt* sebelah atas.
- (c) Jenis huruf : Jenis huruf pada *headline* adalah *Gisele Script*.
- (d) Warna : Warna dalam desain *T-Shirt* ini adalah *fullcolour* dengan aplikasi pada kaos berwarna hitam dan putih yang merupakan ciri khas warna kota Ponorogo

Visualisasi desain *T-Shirt*



Gambar 67 : Visualisasi *layout* desain *T-Shirt*

Visualisasi desain final *T-Shirt*



Gambar 68 : Visualisasi desain final *T-Shirt* tampak depan dan belakang

b. Pin

Pin merupakan karya seni yang bentuknya sangat sederhana, mudah dibawa dan dipajang diberbagai media. Pin kebanyakan digunakan sebagai asesoris atau hiasan terutama di tas dan baju, dengan begitu secara tidak langsung merupakan salah satu bentuk mempromosikan. Desain Pin pada media promosi ini sangat sederhana, ada dua desain yang digunakan dalam gambar ilustrasi pada desain Pin ini yaitu desain yang pertama hanya menampilkan ilustrasi logo dan yang kedua menggunakan ilustrasi foto kesenian Reog. Sebagai media promosi penunjang Pin dibuat dengan dua warna yaitu hitam dan putih yang merupakan warna khas kota Ponorogo.

Pin akan diperjualbelikan sebagai souvenir di area *event* berlangsung dengan kisaran harga Rp 2.500 perbuah.

Konsep desain Pin

- 1) Nama media : Pin
- 2) Ukuran : 5 cm x 5 cm
- 3) Bahan : Alumunium
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
 - (b) Identitas : Logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

6) Visualisasi :

- (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain Pin ini ada dua, yang pertama hanya berupa logo Festival Reog Nasional XX 2013 dan yang kedua menggunakan ilustrasi para penari kesenian Reog.
- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain Pin ini, pada desain yang pertama hanya menggunakan logo Festival Reog Nasional XX sebagai *point of interest*, pada desain yang kedua menggunakan ilustrasi penari Reog pada bagian tengah dan *copy writing* Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX dibagian bawah desain.
- (c) Jenis huruf : Jenis huruf pada *headline* adalah *Gisele Script* dan *Impact*.
- (d) Warna : Warna dalam desain Pin ini adalah *fullcolour* dengan aplikasi pada warna hitam dan putih yang merupakan ciri khas warna kota Ponorogo.

Visualisasi *layout* desain Pin



Gambar 69 : Visualisasi *layout* desain Pin

Visualisasi desain final Pin



Gambar 70 : Visualisasi desain final Pin warna hitam dan putih

c. Kalender

Kalender adalah salah satu media yang efektif untuk promosi, baik promosi sebuah perusahaan dengan produk dan aktifitasnya, keberadaan suatu lembaga maupun perorangan yang ingin memperkenalkan jati dirinya. Dengan maksud sebagai media promosi tentu saja haruslah memiliki sesuatu yang menarik agar keberadaanya mencuri perhatian orang yang ada di sekitarnya. Kalender dalam media promosi ini akan digunakan sebagai cendera mata atau souvenir bagi para tamu selain itu juga diperjualbelikan disekitar *event* berlangsung dengan kisaran harga Rp 5.000 per buah.

Konsep desain Kalender

- 1) Nama media : Kalender
- 2) Ukuran : A3
- 3) Bahan : *Ivory 230g*
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX
 - (b) Identitas : Logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional XX tahun 2013
- 6) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain Kalender menggunakan ilustrasi foto para penari kesenian Reog di bagian atas yang dikomposisikan dengan *headline*.
 - (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain Kalender ini, pada bagian atas sebelah kiri terdapat ilustrasi kesenian Reog sedangkan disebelah

kanan terdapat tulisan Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX kabupaten Ponorogo dan tahun 2014 sebagai identitas. Angka-angka urutan tanggal tersusun dibawah ilustrasi dan *headline*.

(c) Jenis huruf : Jenis huruf yang digunakan adalah *Gisele script* dan *Impact*.

(d) Warna : Warna dalam desain Kalender ini adalah *fullcolour* dengan aplikasi warna oranye dan hitam yang menyerupai desain media-media yang lain, agar desain mudah diingat dan menunjukkan suatu kesatuan.

Visualisasi *layout* desain Kalender



Gambar 71 : Visualisasi *layout* desain Kalender

Visualisasi desain final Kalender



Gambar 72 : Visualisasi desain final Kalender

d. *Mug*

Mug merupakan suatu jenis wadah tempat minum yang memiliki volume yang dapat menampung minuman sekitar 12 ons atau 350 ml, atau dua kali ukuran volume yang dapat ditampung oleh cangkir teh.

Desain *Mug* pada media promosi ini dibuat sangat sederhana, hanya menampilkan *layout* logo Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX kabupaten Ponorogo, dan ilustrasi tarian Reog Ponorogo, sebagai media promosi penunjang, *Mug* akan diperjualbelikan di area *event* berlangsung, dengan kisaran harga Rp 20.000 per buah

Konsep desain Mug

- 1) Nama media : *Mug*
- 2) Ukuran : 8 x 10 cm
- 3) Bahan : Kramik
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX
- 6) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain Mug menggunakan ilustrasi foto para penari kesenian Reog dan logo Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX.
 - (b) Jenis huruf : Jenis huruf yang digunakan adalah *Gisele script* dan *Impact*.
 - (c) Warna :Warna *Mug* putih dengan gambar ilustrasi *fullcolour*.

Visualisasi *layout* desain *Mug*

Ilustrasi

menggunakan logo
FRN XX 2013

Headline

menggunakan *font*
Gisele script



Ilustrasi

menggunakan logo
foto kesenian Reog

Headline

menggunakan *font*
Gisele script dan
Impact



Gambar 73 : Visualisasi *layout* desain *Mug*

Visualisasi desain final *Mug*



Gambar 74 : Visualisasi desain final *Mug*

e. Stiker

Keuntungan promosi menggunakan Stiker adalah harganya murah dan memiliki fleksibilitas dalam penerapannya sedangkan ukurannya tidak terbatas, tergantung kemauan pelanggan dan kemampuan percetakan. Stiker dalam desain promosi ini akan ditempelkan diberbagai tempat selain itu juga dibagikan kepada para penonton yang mengunjungi event ini.

Desain Stiker pada media promosi ini dibuat sangat sederhana, hanya menampilkan *layout* logo Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX kabupaten Ponorogo, sebagai media promosi penunjang Sticker dibuat dengan dua warna yaitu hitam dan putih.

Stiker pada media promosi *event* ini akan diperjualbelikan di area event berlangsung dengan kisaran harga Rp 1.000 per buah.

Konsep desain Stiker

- 1) Nama media : Stiker
- 2) Ukuran : Fleksibel
- 3) Bahan : *Vynil*
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
 - (b) Identitas : Logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional XX tahun 2013.
- 6) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional XX tahun 2013

(b) Jenis huruf : *Gisele script*

(c) Warna : Warna dalam desain Stiker ini adalah *fullcolour* dengan warna *background* hitam dan putih.

Visualisasi *layout* desain Stiker



Gambar 75 : Visualisasi *layout* desain Stiker

Visualisasi desain final Stiker



. Gambar 76 : Visualisasi desain final Stiker

f. *Cover VCD*

Album *cover* adalah bagian depan dari sebuah kemasan produk rekaman *audio* ataupun *video visual*. Sebutan ini bisa berarti kertas yang dicetak untuk menyampul kemasan album berisi piringan berukuran 10" dan 12", album berisi *compact disc* atau kaset. Saat ini, *album cover* tidak hanya berfungsi sebagai sampul sebuah album, namun juga bisa sebagai sebuah media promosi dari sebuah *event* karena dapat di komersialkan ke khalayak luas. Pada event ini VCD yang berisikan rekaman para peserta festival Reog nasional XX 2013, akan diperjualbelikan disekitar event berlangsung dengan kisaran harga Rp 20.000 per buah.

Konsep desain *cover VCD*

- 1) Nama media : *Cover VCD*
- 2) Ukuran : 14 x 14 cm
- 3) Bahan : *Ivory 210g*
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) Verbal :
 - (a) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
 - (b) Identitas : Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, logo Yayasan Reog Ponorogo, logo Visit Indonesia 2013, logo Grebeg Suro Festival Reog Nasional 2013.

6. Visualisasi :

- (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain cover VCD adalah menggunakan ilustrasi foto para penari kesenian Reog yang dikomposisikan dengan *headline*.
- (b) *Layout* : Komposisi *layout* dalam desain *front cover* VCD ini, pada bagian atas sebelah kanan terdapat ilustrasi kesenian Reog sedangkan disebelah atas terdapat tulisan Grebeg Suro 2013 Festival Reog Nasional XX kabupaten Ponorogo sebagai *headline* dan berbagai logo pendukung dibagian bawah sebagai identitas. Sedangkan untuk *back cover* hampir sama dengan *front cover* hanya ditambahkan daftar list peserta Festival Reog Nasional XX.
- (c) Jenis huruf : Jenis huruf yang digunakan adalah *Gisele script* dan *Impact*.
- (d) Warna : Warna dalam desain *cover* VCD ini adalah *fullcolour* dengan aplikasi warna oranye dan hitam yang menyerupai desain media-media yang lain, agar desain mudah diingat dan menunjukkan suatu kesatuan.

Visualisasi *layout* desain Cover VCD



Gambar 77 : Visualisasi *front cover layout* desain Cover VCD



Gambar 78 : Visualisasi *back cover layout* desain Cover VCD

Visualisasi desain final Cover VCD



Gambar 79 : Visualisasi desain front cover VCD



Gambar 80 : Visualisasi desain back cover VCD

g. Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan media atau alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, logam, plastik atau dengan berbagai macam bentuk yang lain yang mempunyai fungsi yang sama, tempat untuk menggantungkan, menyangkutkan kunci.

Gantungan kunci sebagai media promosi sangat baik karena bersifat fleksibel dan mudah dibawa, selain itu harganya juga sangat murah dan ekonomis. Gantungan kunci pada *event* ini bisa sebagai *souvenir* dan *assesoris* untuk cendramata dan diperjualbelikan dengan kisaran harga 5.000 per buah.

Konsep desain Gantungan Kunci

- 1) Nama media : Gantungan kunci
- 2) Ukuran : 4,4 x 5,6 cm
- 3) Bahan : Alumunium
- 4) Teknik cetak : *Digital printing*
- 5) *Headline* : Grebeg Suro 2013, Festival Reog Nasional XX.
- 6) Visualisasi :
 - (a) Ilustrasi : Ilustrasi yang digunakan dalam desain gantungan kunci ini hanya menggunakan gambar logo dari Festival Reog Nasional XX tahun 2013.
 - (b) Jenis huruf : Jenis huruf yang digunakan adalah *Gisele script*.
 - (c) Warna : Warna gantungan kunci adalah hitam dan putih.

Visualisasi desain Gantungan Kunci



Gambar 81 : Visualisasi desain Gantungan Kunci

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus desain komunikasi visual sebagai sarana promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013, maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsep yang sesuai untuk desain perancangan media promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 adalah dengan konsep kesederhanaan dengan menggunakan warna-warna cerah dan ilustrasi foto kesenian Reog yang di komposisikan berdasarkan unsur dan prinsip-prinsip desain. Warna-warna cerah merupakan representasi kemeriahan dan sekaligus warna yang sesuai dengan jiwa anak muda, karena target dalam media promosi ini adalah masyarakat khususnya anak muda.
2. Media-media yang sesuai untuk mempromosikan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 adalah menggunakan media-media yang terdiri dari media utama yaitu Poster, digunakanya Poster sebagai media utama karena Poster memiliki kelebihan dibandingkan media-media yang lain yaitu pengaplikasiannya tidak membutuhkan tempat yang luas dan juga biaya pembuatan lebih ekonomis dibandingkan dengan media-media yang lain, selain media utama terdapat juga media pendukung, antara lain : Iklan Surat Kabar,

Billboard, *Baleho*, *X-Banner*, *Pin*, *T-Shirt*, *Kalender*, *Stiker*, *Umbul-umbul*, *Mug*, *Cover VCD*, *Gantungan kunci*.

3. Untuk merancang media komunikasi visual agar sesuai dengan prinsip desain seperti fungsional, informatif, komunikatif, artistik, dan *simplicity* maka diperlukan sebuah konsep perancangan media yang didasari oleh teori-teori desain. Pada proses perancangan ini, konsep *simplicity* dipakai sebagai acuan dalam penyampaian pesan yang diterapkan disetiap desain. Dengan konsep dasar perancangan di atas dapat mewujudkan suatu media yang efektif sebagai sarana promosi *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013.

B. Saran

Saran-saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mencapai hasil yang maksimal diharapkan dalam proses desain komunikasi visual memperhatikan konsep desain, unsur-unsur visual desain dan prinsip dasar desain.
2. Dalam pemilihan media komunikasi visual sebagai media promosi sebaiknya mengacu pada kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas media dalam menjangkau sasaran.

Daftar Pustaka

- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: P.N. Balai Pustaka.
- Badudu, J.S. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. 2010. *Grebeg Suro Ponorogo, Pesta Rakyat, Seni dan Tradisi*. Ponorogo.
- J. Moleong. Lexy 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. 1995. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Nuradi. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II. 2004. *Pedoman Dasar Kesenian Reog Ponorogo Dalam Pentas Budaya*. Ponorogo.
- Pujiriyanto, 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Sanyoto, Ebdi Sadjiman. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa & desain (nirmana)*. Yogyakarta: Penerbit Arti Bumi Intaran.
- Suyanto, M. 2006. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor*. Yogyakarta: Andi.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Konunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wibowo, Joseph. 1995. *Drama Tradisional Reog: Suatu Kajian Sistem Pengetahuan Dan Religi*. Laporan Penelitian JARAHNITRA. Yogyakarta. Balai Kajian Sejarah Dan Nilai Tradisional
- Widagdo. 1993. *Desain: Teori dan Praktek*. BP ISI Yogyakarta III/03.

Internet :

Seni, Ngilmu. 2010. *Desain Promosi dan Arti Layout*. Diakses dari
[http://herryptx19.wordpress.com/2013/002/03/desain-promosi-dan-arti-](http://herryptx19.wordpress.com/2013/002/03/desain-promosi-dan-arti-layout)
 layout. Pada tanggal 05 Maret 2013, Jam 15.30 WIB.

<http://artikata.com/arti-355776-umbul.html>. Pada tanggal 18 oktober 2013, Jam
 15.53

http://id.wikipedia.org/wiki/Reog_Ponorogo. Pada tanggal 03 Maret 2013, Jam
 18.40

http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Ponorogo. Pada tanggal 03 Maret 2013,
 Jam 18.30

<http://id.wikipedia.org/wiki/Promosi>. Pada tanggal 06 Maret 2013, Jam 14.00

<http://www.pusatbahasa.diknas.go.id/> Kamus Besar Bahasa Indonesia online.
 Pada tanggal 17 oktober 2013, jam 23.30

http://www.id.wikipedia.org/Wikipedia.ensiklopedia_bahasa_Indonesia. Pada
 tanggal 17 oktober 2013, jam 23.25



PEMERINTAH KABUPATEN PONOROGO
**BADAN KESATUAN BANGSA,
POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT**
Jl. Aloon-aloon Utara Nomor 6 Telepon (0352) 483852
PONOROGO

Kode Pos 63413

REKOMENDASI

Nomor : 072 / 672 / 405.19 / 2013

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta, tanggal 9 April 2013, Nomor : 0355e/UN.34.12/DT/IV/2013, perihal Permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Ponorogo memberikan Rekomendasi kepada :

Nama Peneliti	: BAYU WIYANTA NUR PRATAMA. Mhs. Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.
Alamat	: Karangmalang Yogyakarta.
Thema / Acara Survey / Research / PKL/ Pengumpulan data/Magang	: " Perancangan Media Promosi Festival Reog Nasional XX Tahun 2013 Kabupaten Ponorogo "
Daerah/ Tempat dilakukan PKN/ Survey/ Pengumpulan Data	: DISBUDPARPORA Kab. Ponorogo.
Tujuan Penelitian	: Skripsi.
Tanggal dan atau Lamanya Penelitian	: 2(Dua) Bulan sejak tanggal surat dikeluarkan.
Bidang Penelitian	: Kesenian
Status Peneliti	: Mahasiswa
Nama Penanggungjawab / Koordinator Penelitian	: INDUN PROBO UTAMI, SE. Kasubbag Pendidikan Fak. Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.
Anggota Peneliti	: -
Nama Lembaga	: Universitas Negeri Yogyakarta.

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam jangka waktu 1 X 24 jam setelah tiba ditempat yang dituju diwajibkan melaporkan kedatangannya kepada Camat setempat ;
2. Mentaati ketentuan- ketentuan yang berlaku dalam Daerah Hukum Pemerintah setempat ;
3. Menjaga tata tertib, keamanan, kesopanan dan kesusilaan serta menghindari pernyataan baik dengan lisan ataupun tulisan / lukisan yang dapat melukai / menyinggung perasaan atau menghina Agama, Bangsa dan Negara dari suatu golongan penduduk ;
4. Tidak diperkenankan menjalankan kegiatan-kegiatan diluar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan seperti tersebut diatas ;
5. Setelah berakhirnya dilakukan Survey/ Research/ PKL diwajibkan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Pemerintah setempat mengenai selesainya pelaksanaan Survey / Research / PKL. sebelum meninggalkan daerah tempat Survey / Research / PKL ;
6. Dalam jangka waktu 1 (satu) bulan setelah selesai dilakukan Survey / Research / PKL diwajibkan memberikan laporan tentang pelaksanaan dan hasil-hasilnya kepada :
- Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Ponorogo.
7. Surat Keterangan ini akan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata bahwa pemegang Surat Keterangan ini tidak memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana tersebut diatas.

Demikian untuk menjadikan perhatian dan guna seperlunya.

Ponorogo, 17 Mei 2013

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA, POLITIK
DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
KABUPATEN PONOROGO



Tembusan :

Yth. Dekan Fakultas Bahasa Dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207
<http://www.fbs.uny.ac.id//>

FRM/FBS/33-01
10 Jan 2011

Nomor : 0355e/UN.34.12/DT/IV/2013
Lampiran : 1 Berkas Proposal
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

9 April 2013

Kepada Yth.
Bupati Kabupaten Ponorogo
di Ponorogo – Jawa Timur

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mengadakan **Penelitian** untuk memperoleh data guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

Perancangan Media Promosi Festival Reog Nasional XX Tahun 2013 Kabupaten Ponorogo

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : BAYU WIYANTA NUR PRATAMA
NIM : 09206241002
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Waktu Pelaksanaan : April – Mei 2013
Lokasi Penelitian : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Kasubbag Pendidikan FBS,

Indun Probo Utami, S.E.
NIP.19670704 199312 2 001

Tembusan:

1. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga
Kabupaten Ponorogo

Wawancara Observasi

Pertanyaan Observasi dengan kepala Dinas Pariwisata kabupaten Ponorogo.

1. # Bagaimana sejarah awal berlangsungnya *event* Festival Reog Nasional?
Acara ini pertama kali dilaksanakan pada tahun 1994, yang bertujuan untuk menyatukan group-group Reog dari berbagai daerah di Indonesia sekaligus sebagai ajang kompetisi sebagai wujud apresiasi terhadap kreatifitas yang mulai tumbuh pada kesenian Reog.
2. # Selama ini para peserta diundang apa mereka langsung mendaftar sendiri pak?
Ada yang diundang, ada yang mendaftar sendiri, biasanya yang diundang itu yang dari luar kota mas, kalau yang dari lokal Ponorogo biasanya langsung daftar karena mereka sudah tau jadwalnya.
3. # Kapan *event* Festival Reog Nasional XX tahun 2013 akan digelar?
Rencana awal akan digelar pada tanggal 29 Oktober sampai 4 November, tapi itu masih bisa berubah mas, karena kami belum mendapat rincian acara Grebeg Suro yang lainnya.
Untuk tempat masih sama seperti yang tahun kemaren ya pak?
Owh iya, kalo tempat masih tetap dipanggung Alun-Alun itu mas, dan untuk tahun ini pelaksanaannya malam hari, ya mulai habis Isya' sampai selesai lah mas.
4. # Untuk Festival Reog Nasional XX tahun 2013 persiapannya sudah sampai apa pak?
Untuk saat ini persiapan sudah sampai pendaftaran peserta mas.
5. # Selama ini apa ada kendala-kendala dalam pelaksanaan Festival Reog Nasional ini pak?
Kendala-kendala skala besar tidak ada mas, kalo kendala seperti teknis ya pasti ada mas, tapi masih dalam skala wajar.
6. # Dalam setiap acraan pasti ada promosi pak, selama ini promosi seperti apa yang dilakukan untuk *event* ini?
Oh iya, kalo promosi pasti ada, contohnya ya pembuatan Baliho, Billboard, Spanduk, dan iklan Radio mas yang biasanya dilakukan.
7. # Selama ini yang membuat media-media promosi ini siapa pak?
Untuk pembuatan itu kami berikan tanggung jawab kepada salah satu percetakan mas, jadi hampir setiap tahun *event* ini berlangsung, ya percetakan itu yang membuat.
8. # Untuk anggaran sendiri pak, biasanya untuk pembuatan media promosi itu berapa?
Untuk anggaran setiap tahunnya berbeda mas, jadi kami tidak memiliki patokan.
Untuk tahun ini mungkin sudah tahu pak berapa anggarannya?

Untuk tahun ini saya belum tahu, karena rapat anggaran masih belum dilaksanakan mas.

9. # Selama ini antusiasme masyarakat dalam menonton event ini, bagaimana pak?

Sebenarnya antusiasme masyarakat sangat bagus mas, tapi tidak tahu kenapa belakangan ini mulai ada penurunan, mungkin lebih milih ngangkring mas daripada nonton festival. (sambil ketawa).

Kalo menurut bapak penurunan itu disebabkan oleh apa pak?

Itu saya sendiri juga kurang tahu ya mas.

10. # Sebagai Tugas Akhir Kuliah saya, Disinikan saya mecoba untuk membuat media promosi untuk Festival Reog Nasional XX tahun 2013 pak, apa mungkin desain saya nanti bisa dipakai untuk media promosi *event* ini?

Kalo masalah bisa apa tidak saya tidak bisa jawab mas, seperti yang sudah saya katakan tadi, sudah ada percetakan yang diberi tanggung jawab untuk pembuatan media promosi ini, kan gak mungkin nanti kalo dobel-dobel mas.

11. # Owh begitu ya pak, kalo begitu, terimakasih atas waktunya pak, maaf sudah mengganggu waktunya...hehe

oh iya,,,sama-sama mas...gak papa mas...

BUKU TAMU PAMERAN

NO	NAMA	ALAMAT
01	Ilham Perati	Karangmulyo Eki
02	Alvin Taki	di Indonesia no 32
03	Pugan	di Inggris no 5
04	Yusuf	di Ujikan
05	Meta	J. Kono 25
06	Yipany	di Kono
07	Alvin L. E	di Kono
08	Darius L. R	di Kono

NO	NAMA	ALAMAT
01	Alvin Alvin L.	Taman Jatin (Geri)
02	Alvin Alvin L.	Durutan Kono
03	Ratu Alvin	Godan
04	Alvin	di Kono
05	Alvin	di Kono
06	Alvin	di Kono
07	Alvin	di Kono
08	Alvin	di Kono
09	Alvin	di Kono

NO	NAMA	ALAMAT
01	Alvin Alvin L.	Taman Jatin (Geri)
02	Alvin Alvin L.	Durutan Kono
03	Ratu Alvin	Godan
04	Alvin	di Kono
05	Alvin	di Kono
06	Alvin	di Kono
07	Alvin	di Kono
08	Alvin	di Kono
09	Alvin	di Kono

KATALOG PAMERAN



Nama: Stiker
Ukuran: Flexibel
Bahan: Vinyl



Nama: Gantungan Kunci
Ukuran: 4,4 x 5,5cm
Bahan: Fiber



Nama: Mug
Ukuran: 8 x 10cm
Bahan: Kramik

PROFIL
 Nama : Bayu Wiyanta N. P
 TTL : Ponorogo, 19 Juli 1990
 Alamat : Lokaiswara 01 Condong Catur
 Contact : 085643427113
 FB/Twitter : Bayu Wiyanta@bay_art



UJIAN TUGAS AKHIR KARYA SENI
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
 FESTIVAL REOG NASIONAL XX TAHUN 2013
 KABUPATEN PONOROGO-JAWA TIMUR**

**BAYU WIYANTA N. P
 NIM 09206241002**

Terima Kasih:
 Allah S.W.T karena atas berkah dan limpahan rahmatnya tugas akhir ini dapat terselesaikan,
 Bapak Drs. R. Kuncoro W. D. sebagai pembimbing saya,
 serta teman-teman Jurusan Pendidikan Seni Rupa angkatan 2009,
 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu lempaklah atas segala bantuannya, kalian semua keren.



Nama: Logo
Ukuran: -
Bahan: -



Nama: Poster
Ukuran: A3
Bahan: Ivory 230g



Nama: Umbul-Umbul
Ukuran: 50cmx 5m
Bahan: Kain



Nama: Kalender
Ukuran: A3
Bahan: Ivory 230g



Nama: Balaho
Ukuran: 2mx3m
Bahan: Flexy



Nama: Billboard
Ukuran: 2mx4m
Bahan: Flexy



Nama: Klompes
Ukuran: 54 30cm
Bahan: Ivory 210g



Nama: Ikon Surat Kabar
Ukuran: 14x 14cm
Bahan: Ivory 210g



Nama: X Banner
Ukuran: 60x160cm
Bahan: Flexy



Nama: Spanduk
Ukuran: 96cmx3m
Bahan: Flexy



Nama: Kaos
Ukuran: S, M, L
Bahan: Cotton Combat



Nama: Pin
Ukuran: 5 x 5cm
Bahan: Fiber

FOTO-FOTO DISPLAY PAMERAN



NAME TEKS KARYA DAN X BANNER

Nama	Billboard	Nama	Poster	Nama	Baliho
Bahan	Flexy	Bahan	Ivory 230g	Bahan	Flexy
Ukuran	2x4m	Ukuran	A3	Ukuran	2x3m

Nama	Umbul-Umbul	Nama	Spanduk	Nama	X Banner
Bahan	Kain	Bahan	Flexy	Bahan	Flexy
Ukuran	50cmx50cm	Ukuran	90cmx3m	Ukuran	60cmx160cm

Nama	Cover VCD	Nama	Iklan Surat Kabar	Nama	Kalender
Bahan	Ivory 210g	Bahan	Ivory 230g	Bahan	Ivory 230g
Ukuran	14cmx14cm	Ukuran	5cmx39cm	Ukuran	A3

Nama	Kaos	Nama	Pin	Nama	Stiker
Bahan	Cotton Combat	Bahan	Fiber	Bahan	Vinyl
Ukuran	S, M, L	Ukuran	5cmx5cm	Ukuran	Flexibel

Nama	Gantungan Kunci	Nama	Mug	Nama	Logo
Bahan	Fiber	Bahan	Kramik	Bahan	Ivory 230g
Ukuran	4,4cmx5,6cm	Ukuran	8cmx10cm	Ukuran	A3

Nama	Kaos Depan	Nama	Kaos Belakang	Nama	
Bahan	Cotton Combat	Bahan	Cotton Combat	Bahan	
Ukuran	S, M, L	Ukuran	S, M, L	Ukuran	

